抖音电商 | 巨量算数



2021
新生意 新选择
抖 音 电 商 生 态 发 展 报 告

VISIT…

LANZAROTE Caliente.com

PREFACE | 序

2020年抖音电商成为行业热点，大量用户通过短视频+直播的推荐，发现并购买获得心仪商品；大量商家通过商品+内容的营销方式让自己的品牌、商品被用户知晓并购买；大量明星、达人纷纷投入进来，成为一名电商主播，通过自己的影响力、专业度、责任心为万千粉丝精挑细选并推荐万千好物，让万千好物走入千家万户。

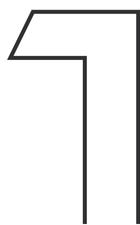
抖音电商以短视频和直播等准确、生动、真实的内容推荐方式，让用户在“逛”的同时，可以发现优价好物，激发消费兴趣。一方面可以触发了超过6亿日活用户的海量消费需求，另一方面可以极速压缩转化路径，在同一场景下实现用户从认知、兴趣到购买、复购的高效转化与沉淀。

因此，这种“兴趣推荐+海量转化”的抖音电商模式，将用户、达人、商家紧密连接在了一起，并逐渐形成“用户、达人、商家、机构服务商、平台”的新生态。

对用户而言：通过喜欢的达人推荐，发现并购买优价好物，所见即所得。
对达人而言：将甄选的商家、商品，推荐给粉丝、用户，扩大粉丝基础并给粉丝提供更多价值；同时通过让更多的好商品被发现、被购买，获得商业价值。
对商家而言：通过“达人推荐”以及“商家自播”两条腿并行大步前进，“达人推荐”可以快速扩大影响快速爆发，“商家自播”可以逐渐积累粉丝、持续沉淀用户，实现“品牌宣传、商品销售、用户沉淀”的“三合一”一体化经营，形成一个新的生意阵地。
对机构服务商而言：新的模式必然产生新的专业化服务需求，要做好抖音电商，需要先做好“好内容”、“好商品”、“好服务”。达人、商家在“内容运营”、“商品运营”、“服务及履约运营”、“流量运营”等四个方面均需要专业化的运营支撑和提效，覆盖一个或多个领域的专业运营机构服务商应运而生，并在生态的快速发展中成为关键力量。

我们将致力于让所有的优价好物，都有机会能够被用户所发现、激发兴趣、购买、体验，并成为其美好生活的一部分。我们将持续努力，服务好每一位生态伙伴，助力伙伴们收获价值，并和伙伴们一起成长。

CONTENTS



SECTION1

电商行业的新格局

05 线上消费逆势而上

07 直播电商成为消费增长新引擎

10 抖音电商开启电商消费新生态



SECTION2

新格局下的新生态

14 用户在抖音电商购物成为新常态

18 百万抖音创作者成为了电商主播

24 全品类商品在抖音电商高速增长

29 品牌商与产业带双双获取新红利

37 机构&服务商助力生态快速发展



SECTION3

新生态下的新生意

43 抖音电商的生意增长新模式

44 商家自播是日销经营的基本盘

47 达人矩阵是生意增长的放大器

53 营销活动是规模销量的爆发场

63 头部大V是品效双赢的宣发地


SECTION1
电商行业的新格局

线上消费逆势而上



全球线上零售超预期呈现高增长

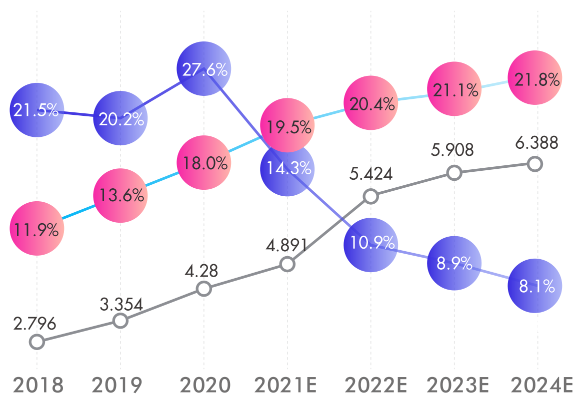
2020线上零售年增长率

27.6%

据全球市场研究公司eMarketer预测，2020年全球线上零售市场规模增长了27.6%，达到4.28万亿美元，受疫情持续影响对电商起到了拉升作用，远好于年初预测16.5%的增长。

在2021年，线上零售发展势头不减，预测仍有14.3%的增长。同时，线上零售占社消总额的比重越来越大，约为19.5%。

2018-2024E全球线上零售市场规模



- 线上零售市场规模（万亿美元）
- 线上零售占社消总额比例
- 年增长率

① 数据来源： eMarketer《2021年全球电商报告》



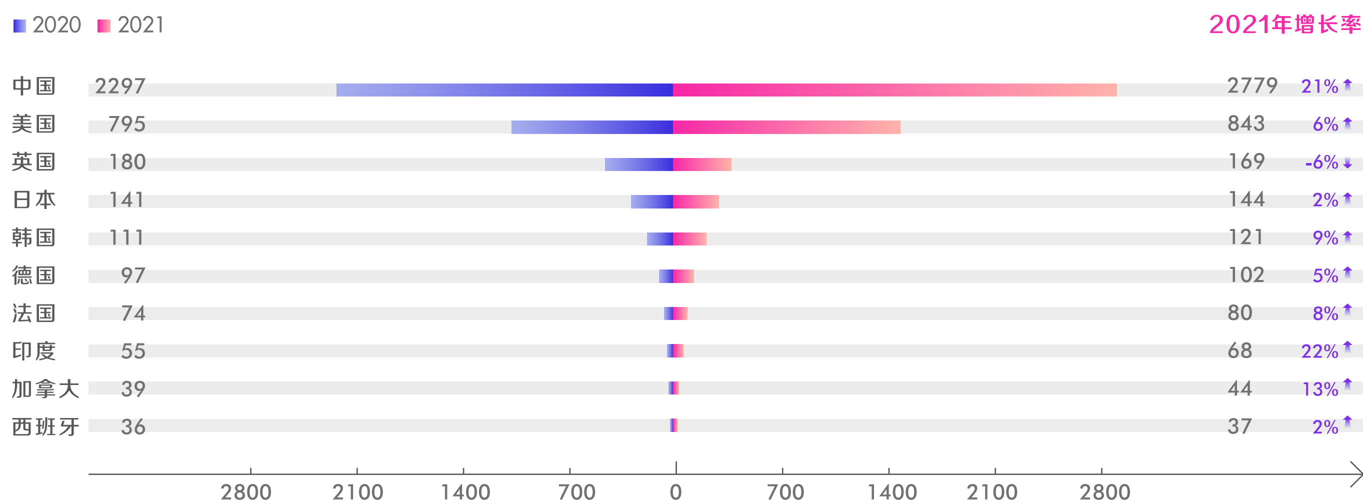
中国线上零售规模位居全球榜首

【市场规模】

全球线上零售TOP10国家中，中国线上零售增长率在2020年达到27.5%，市场规模为2.3万亿美元，是第7年连续位居全球榜首。

据eMarketer另外一组数据显示，2021年中国线上零售仍会保持21%的高增长率，也将是第一个线上消费超过实体零售的国家。

2020-2021年线上零售规模TOP10国家　单位：十亿美元



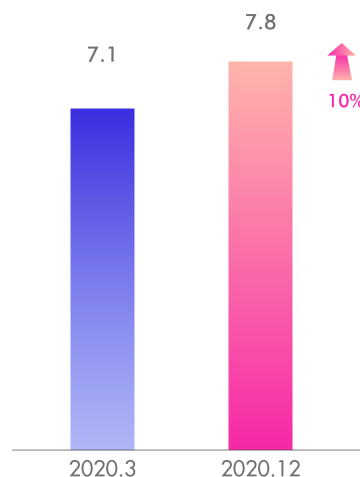
【用户规模】

截至2020年12月，网络购物用户高达7.8亿，占整体网民规模的79%。网络购物用户的增速较快，相较3月提升了10%。

中国网络购物用户规模增长趋势

2020.3　2020.12

单位：亿人

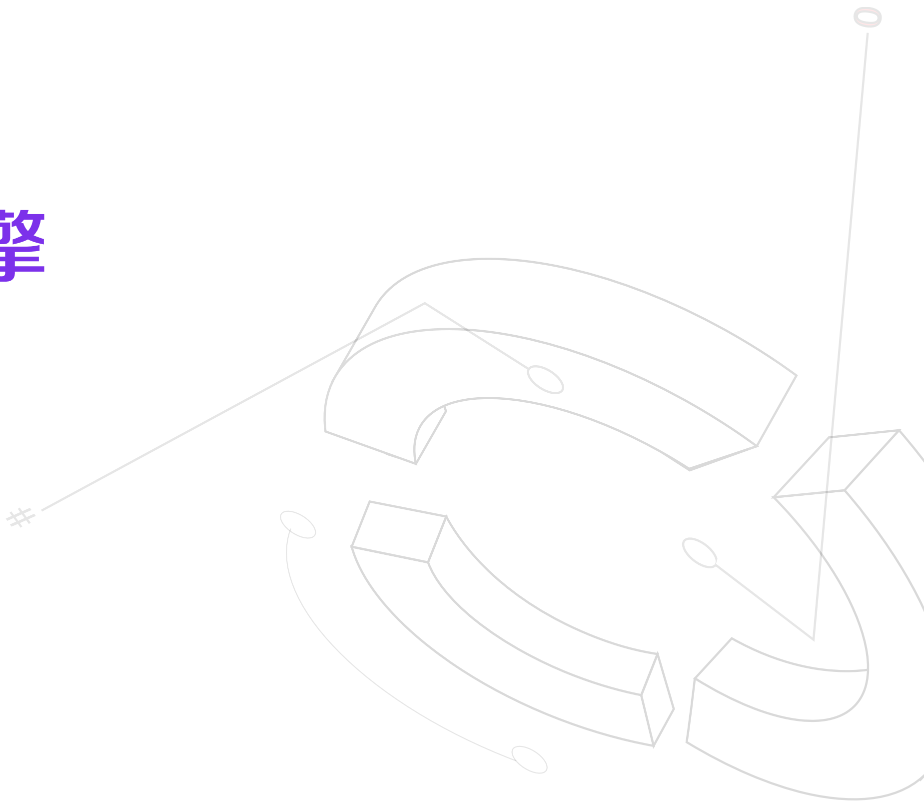


① 数据来源：eMarketer，2020年12月　② 数据来源：CNNIC第47次《中国互联网络发展状况统计报告》

直播电商成为消费增长新引擎



直播电商大大缩短消费链路

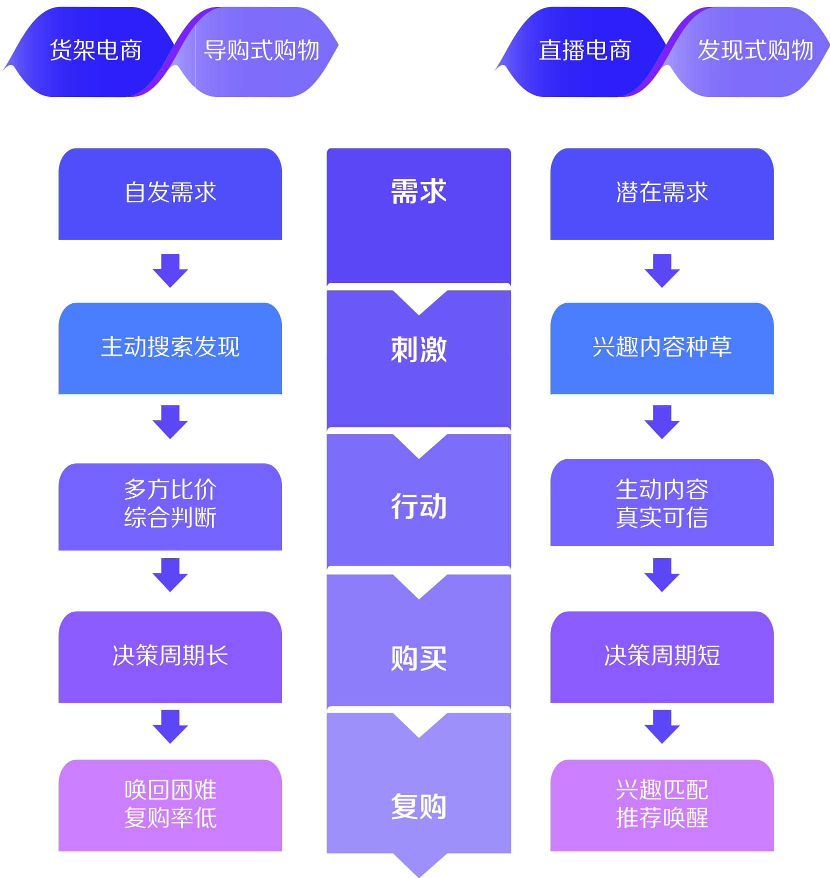


货架式电商平台以超大规模化的商品供应为核心，通过渠道运营和商品营销，触达具有明确消费目的的消费者，以“搜索”作为主要的消费路径，呈现了“人找货”的主要特征。

直播电商以视觉化商品内容为核心，聚焦商品内容运营和兴趣内容推荐，以激发兴趣为出发点，呈现了"货找人"的核心特征。

02

消费者购买路径对比





直播电商市场增长空间广阔

政策驱动直播电商良性发展

2021年3月15日，国家市场监督管理总局出台《网络交易监督管理办法》，提出市场监督管理部门引导网络交易经营者、网络交易行业组织、消费者组织、消费者共同参与网络交易市场治理，推动完善多元参与、有效协同、规范有序的网络交易市场治理体系。

供需关系促进直播电商高速增长

【供给侧】

新增直播产业相关企业一年增长5倍。天眼查数据显示，截至2020年，直播产业相关企业高达3.9万家，其中，新增企业超过2.8万家，为2019年全年新增数量的5倍。除了新增大量的MCN、服务商等机构，一些主流电商、短视频等平台也加快布局直播电商生态，为用户提供更丰富的直播内容和商品。

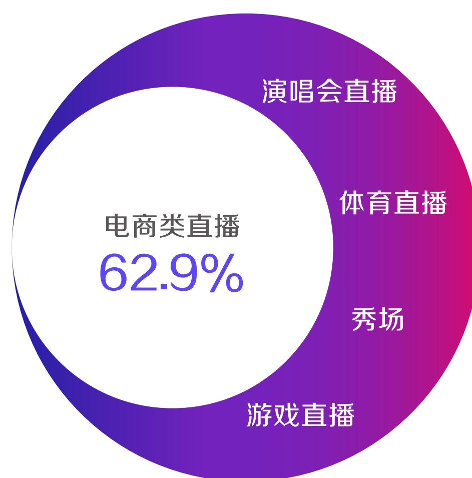
【需求侧】

电商类直播用户增速最快。直播带货可以满足用户的多元需求，也成为用户追捧的线上消费场景之一。据CNNIC数据显示，截至2020年12月，电商类直播用户规模为3.9亿，占直播整体用户的62.9%，较2020年3月增长了46.4%，是目前增长速度最快、增长规模最大的用户类型。

网络直播
6.2亿人

电商类直播
3.9亿人

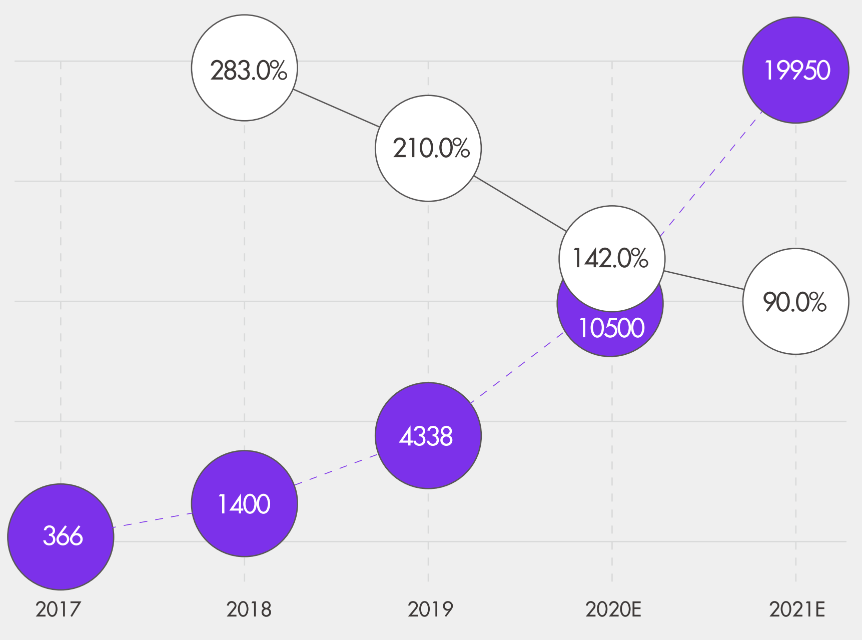
网络直播用户类型分布



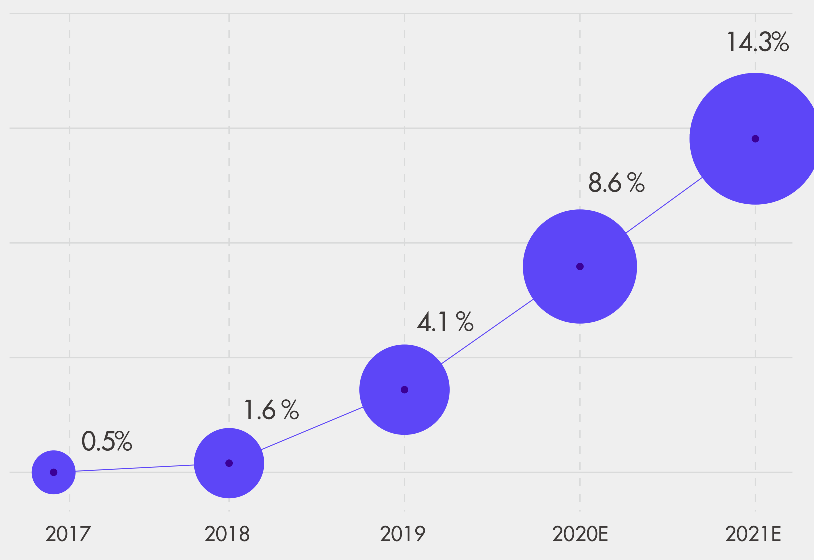
① 数据来源：CNNIC，2020年12月

2020年，直播电商交易规模超万亿元，年增速高达142%，领跑电商大盘。此外，直播电商的市场渗透率仅为8.6%，仍存在巨大的增长空间。

2021年，将成为商家全面布局直播电商和实现规模化增长的关键之年。



中国直播电商市场规模趋势



直播电商渗透率趋势

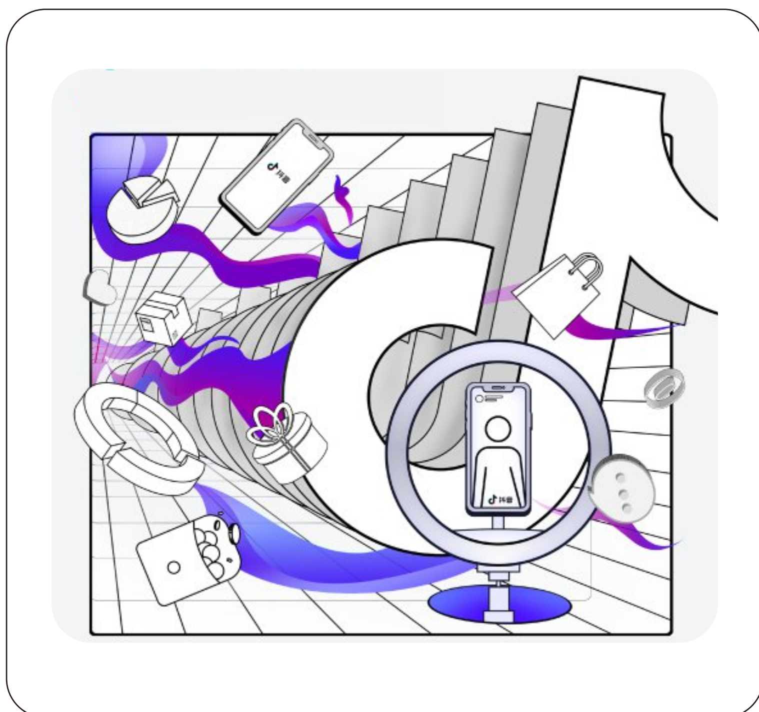
① 数据来源：公开资料，巨量算数整理

抖音电商开启
电商消费新生态

03

抖音电商生态快速成长

抖音电商“没有难买的优价好物，让美好生活触手可及”



2020年初

以罗永浩为代表的众多明星、达人开启抖音直播带货，抖音内容化场景消费爆发式增长

2020.6

字节跳动成立电商一级业务部门，正式发布「抖音电商」品牌

2020.8

抖音奇妙好物节总成交额突破80亿元，首个平台大促圆满成功

2021.1

抖音抢新年货节成交额达到208亿元，商家、达人、服务商&机构生态初成，电商产品、服务、数据能力经受住全面考验

2021.4

首届抖音电商生态大会于广州召开，明确“兴趣电商”平台定位，发布雪球增长逻辑和FACT四大经营赛道

抖音电商定位“兴趣电商”
兴趣推荐技术连接商品内容与潜在用户

在抖音电商首届生态大会上，抖音电商提出了全新的电商形态——兴趣电商。“兴趣电商”，即一种基于人们对美好生活的向往，满足用户潜在购物兴趣，提升消费者生活品质的电商。

兴趣电商的生意逻辑是通过推荐技术把人设化的商品内容与潜在海量兴趣用户连接起来，用内容激 活 用 户 的 消 费 需 求 。

抖音电商属于“兴趣电商”，抖音电商基于推荐技术可将商品通过内容主动的推荐给更多潜在兴趣人群，并且通过转化和沉淀的优化，还能够将内容推荐给更多潜在消费者，获取新一轮更精准的流量注入。从而让新流量、新转化、新沉淀源源不断，带来消费新人群和生意新增量。

兴趣电商的生意逻辑

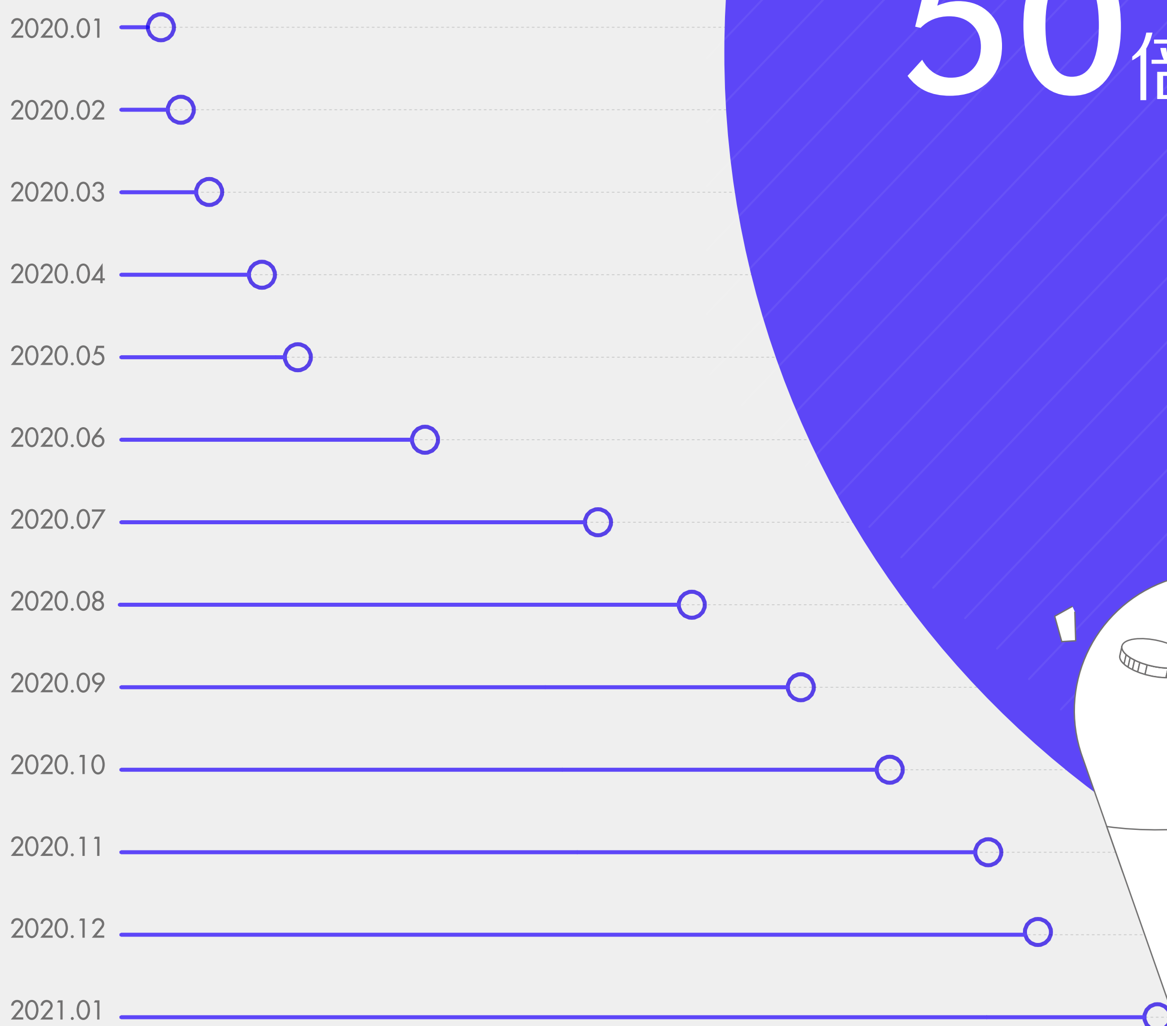


① 数据来源：抖音电商&巨量算数， 2020年7月 -2021年1月

抖音电商飞速发展，抖店GMV一年增长50倍

在过去的一年，抖店作为在抖音电商生意经营的入口，交易额飞速增长，2021年1月较去年同期增长超50倍。随着抖音电商成为越来越多品牌、商家的长期经营阵地，一条全新的线上零售赛道初具规模。

抖店GMV增长趋势



抖音电商一年快速成长

50倍+

① 数据来源：抖音电商&巨量算数，2020年1月-2021年1月

更多资料，欢迎访问 www.wenku120.com

SECTION2

新格局下的新生态

用户

01

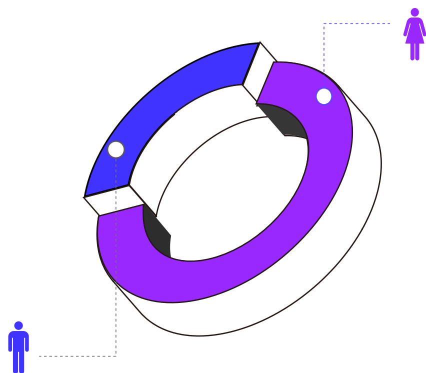
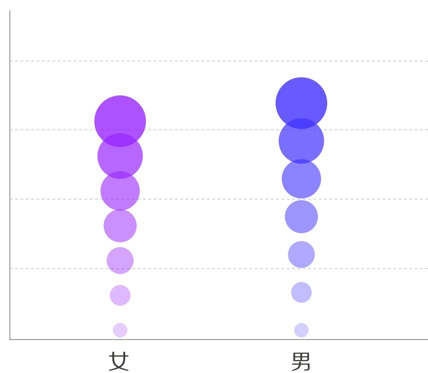
过去，用户在内容场景里享受内容，在消费场景里购买商品。而在抖音电商，内容场景与消费场景相互融合。过去一年，抖音电商购买用户迅猛增长，用户生态面貌呈现如下特征。



抖音电商用户人群画像

 女性是购买人群主力军

 近半年男性购买增速更胜一筹

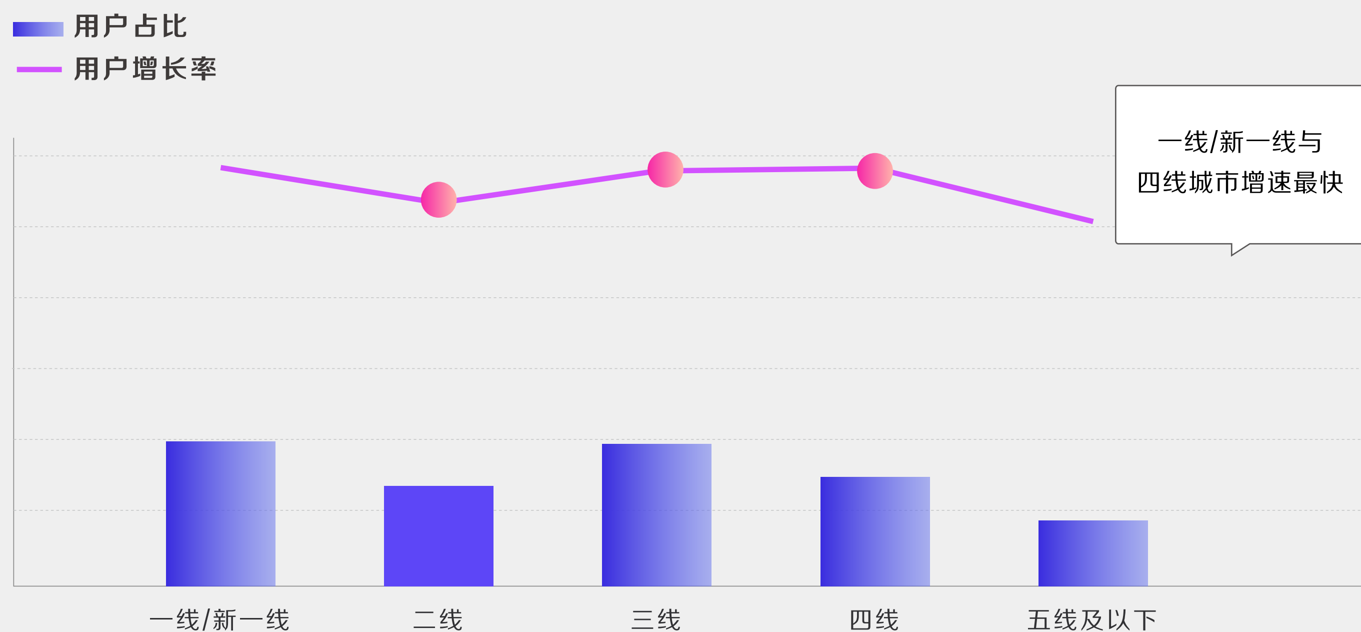
抖音电商用户性别分布	抖音电商用户增长率
	

① 数据来源：抖音电商&巨量算数， 2020年7月 –2021年1月

丨更广域：一线/新一线与四线城市双头并进引领用户增长

抖音电商用户分布（城市级别）

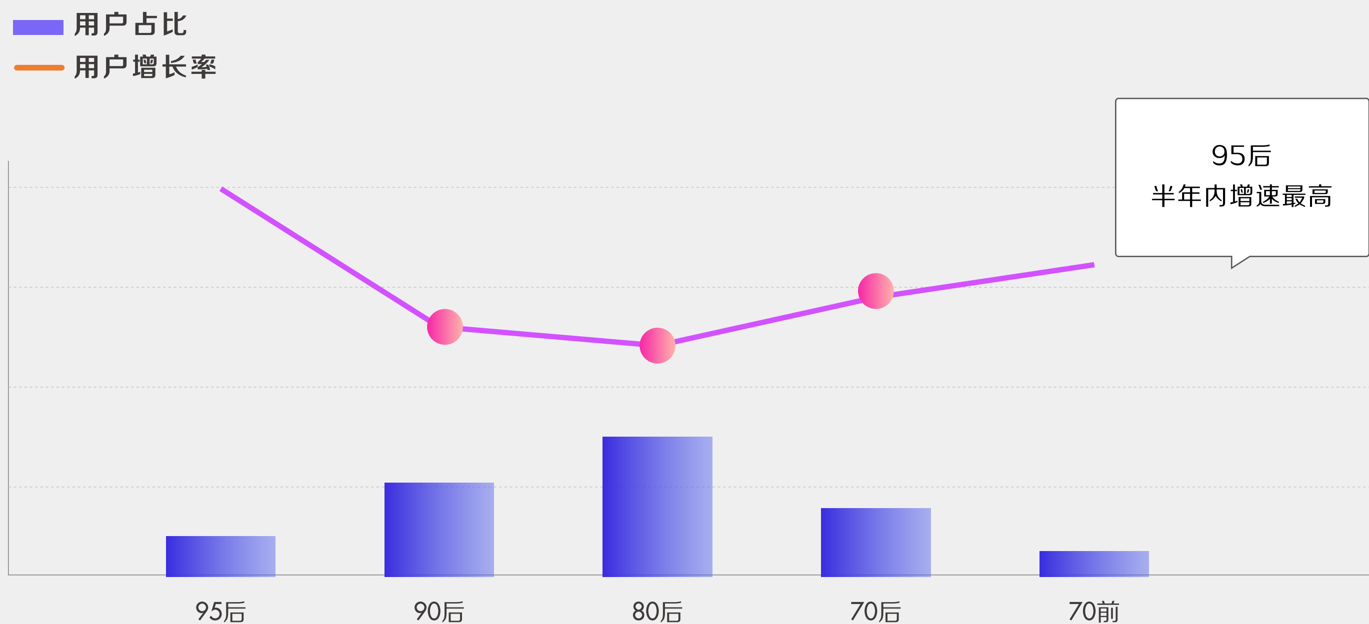
① 数据来源：抖音电商&巨量算数，2020年7月 -2021年1月



丨更年轻：80/90后年轻用户占绝对优势，95后增速最高

抖音电商用户年龄分布

② 数据来源：抖音电商&巨量算数，2020年7月 -2021年1月



B 抖音电商用户消费特征

| 抖音电商用户追求“美丽”与“美食”的脚步不停歇

2020年度抖音电商用户
最爱购买品类TOP10



抖音电商用户
喜爱购物省份TOP10



抖音电商用户
喜爱购物城市TOP10



❶ 数据来源：抖音电商&巨量算数， 2020年1月-12月

抖音电商用户消费新发现

五湖四海，共赏新味

江苏人最爱买海鲜

上海人最爱买时令水果

辽宁人是车厘子的最狂热拥护者

90/95后的广西女孩最无法拒绝螺蛳粉

北京、上海、杭州的95后，是自嗨锅的最强买手

南北追“新”，同步潮玩

北京人、70后最爱买智能加热羽绒服

北上广的Z世代都爱任天堂switch新品

95后00后是潮玩爱好者，上海人买最多潮玩

保健养生，男士“优先”

男性70后更爱买防脱养发产品

男性、80后、山东人偏好购买保健鞋

养生

① 数据来源：抖音电商&巨量算数，2021年度

创作者

02

创作者是抖音电商生态中连接商家与用户的核心桥梁。基于抖音庞大、优质的内容创作者基础，通过持续的电商创作者成长扶持，抖音电商已经形成了一个多元健康、持续增长的创作者生态。



百万创作者开启带货，电商成为达人收入的重要增长点

2020年抖音电商成为达人收入的重要增长点，大量优质创作者转型成为电商主播。抖音电商创作者和人均收入规模持续高速增长，截止2021年1月，获得电商收入的主播已超百万。

盈利主播

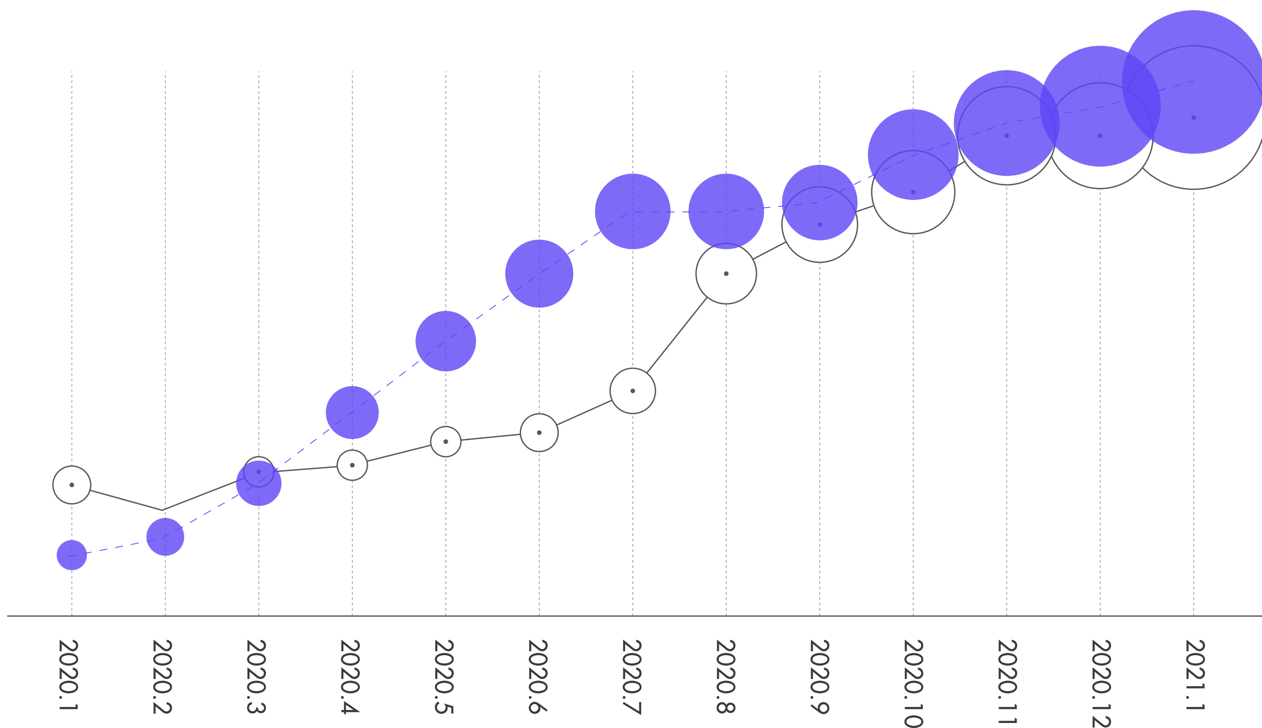
100万+

GMV同比增长

588%

（2020H2 vs 2020H1）

抖音电商作者数及收入增长规模 注：动销作者是指有GMV成交的作者

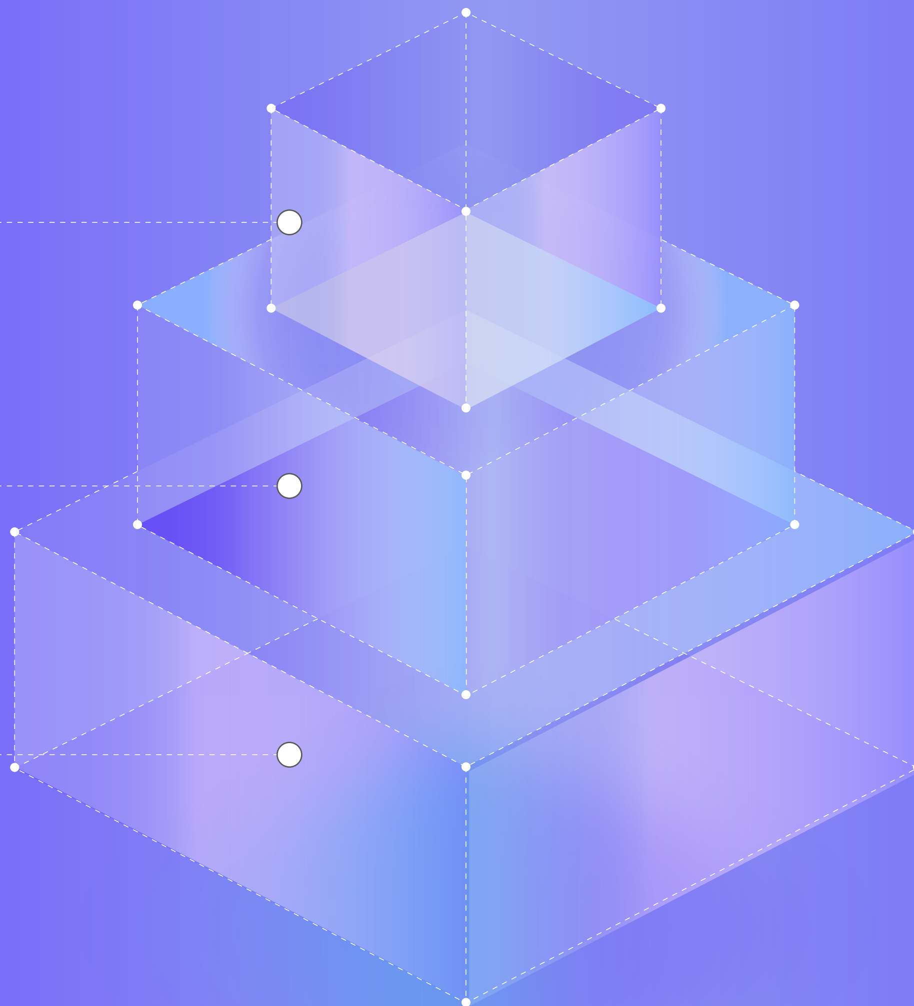


① 数据来源：抖音电商&巨量算数，2020年1月-2021年1月



抖音电商创作者分层画像

抖音电商创作者等级是一套反映达人在平台上综合电商能力的数字指标体系，根据达人最近30天的带货能力、粉丝影响力、内容影响力、服务能力四个维度进行综合评估，共分为L0~L6级，等级越高，则其综合电商能力越强。



头部创作者

L6的头部作者

中坚创作者

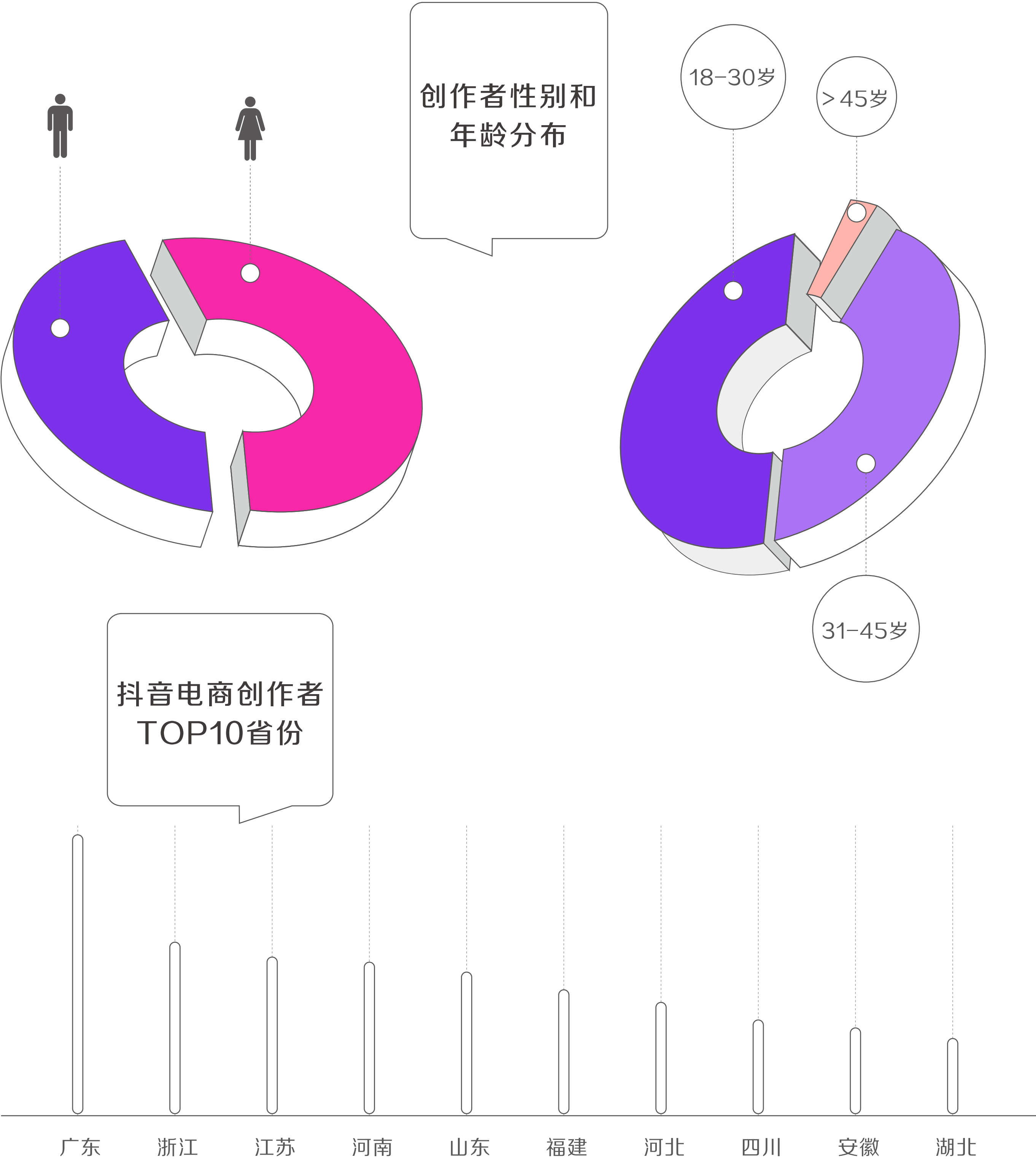
L3~L5的中腰作者

长尾创作者

L0~L2的长尾作者

抖音电商创作者画像

电商创作者男女比例接近1:1，作者年龄范围18～45岁
创作者占比最高的省份TOP3，广东、浙江、江苏
创作者占比最高的城市TOP3：广州、深圳、杭州



抖音电商
创作者城市
分布TOP10

1 广州

2 深圳

3 杭州

4-10
北京
上海
郑州
成都
重庆
苏州
东莞





抖音电商创作者典型案例



 广东夫妇&大狼狗

男歌手，女模特，一对夫妻从抖音短视频零起步开始走向原生达人之路，在粉丝突破1000万之时开启直播电商转型，以“品质直播间，服务千家万户”为理念，不断创新抖音电商的多元化玩法，既能创造单场销售额3亿的纪录，也能将海南春光食品以单场77万单的成绩推向五湖四海。广东夫妇的成长，见证了抖音电商新生意的无限可能。

单场最高销售额 3亿



 韩国媳妇大璐璐

从美妆代购成功转型的带货主播，通过深入钻研韩国美肤之道，实地与韩妆品牌方进行沟通洽谈，让“闺蜜团”以最优惠的折扣买到韩妆产品。目前璐璐的抖音粉丝量为803.5万，直播间粉丝团人数突破30万，带货直播单场最高业绩达到3000万+，更有数十场直播单场业绩破千万。

粉丝量 803.5万

直播间粉丝团人数突破 30万

单场最高销售额 3000万+

小关老师

生鲜直播带货头部创作者，通过自身内容影响力和直播间带货，让原切牛排走进万千家庭。月均销售额破千万，一年带货1280万片牛排。

月均销售额破千万

一年带货牛排 1280万





大利

前湖北电视台主持人，2020年入局直播带货，曾与王祖蓝、王耀庆、张韶涵、薛之谦、杨超越等多位明星合作。大利在直播中自然流露出真实坦率的性格，坚持为粉丝严选好物。开播9个月带货销售额突破2亿+，粉丝突破100w+，单场GMV突破1500万，获得多个单日总榜Top1。

开播9个月带货销售额 2亿+

商品

A 全品类的新增量

抖音电商覆盖全品类，优价好货不断涌入，新潮好物触手可及

抖音电商覆盖服饰鞋包、珠宝文玩、美妆、3C家电、个护家清、母婴、智能家居等行业。

抖音电商品类展示

2020年度抖音电商TOP30潜力品类分布

对比周期：2020年上半年 vs 2020年下半年

说明：// 代表缩放处理，女装、珠宝黄金、美容护肤、男装、手机类目均为缩放处理

① 数据来源：抖音电商&巨量算数，2020.1-2020.12



新商品的引爆场

抖音电商是海量用户热衷的追“新”胜地，在用户旺盛的新品需求下，驱动各个垂直行业纷纷在抖音发布新品：服饰鞋包、母婴图书新品占比最高，3C数码家电、酒水滋补、美妆、智能家居紧随其后。各类新潮好物在抖音电商触手可及。

海量用户追“新”

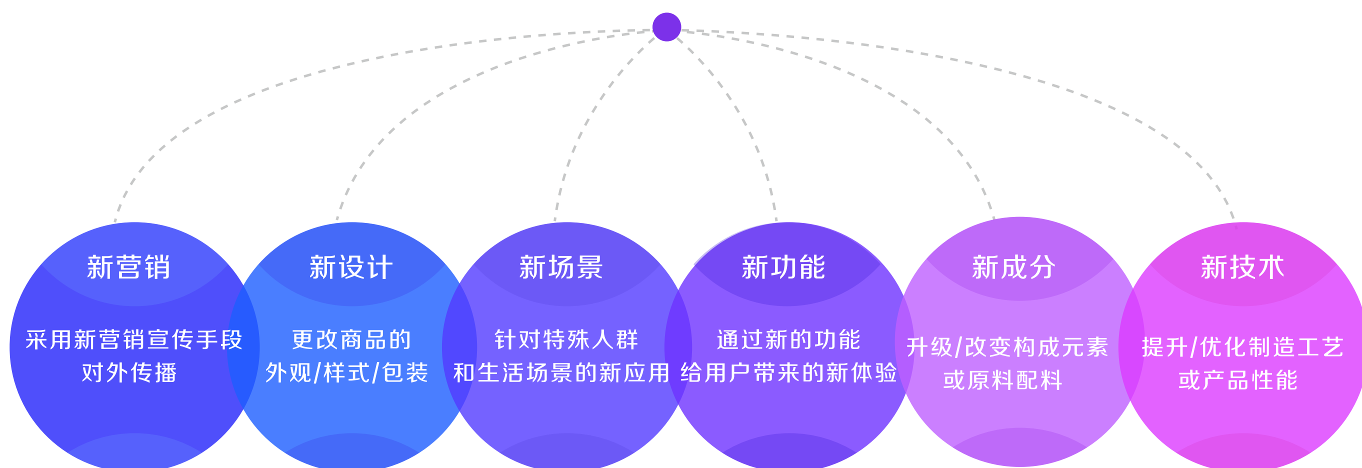
“新品”/“上新”/“新款”/“新潮”/“首发”需求强烈

说明：互动数是指用户对抖音新品相关内容的点赞、评论、加粉、分享数之和

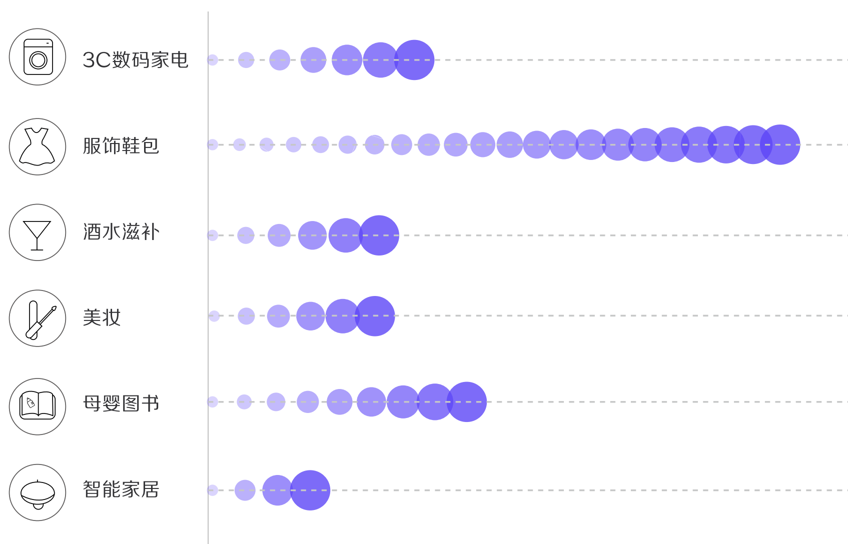
行业推陈出“新”

在用户旺盛的新品关注和需求之下，抖音电商平台的新品呈现出六大“新特征”，并覆盖各个行业。

抖音电商新品的“新特征”



抖音电商新品池主要行业分布（GMV）



大牌纷纷上“新”
抖音电商2020年度新潮好物榜



商品名称
小米11

创新点
技术创新-重磅新品首发，搭配骁龙888芯片/四曲面柔性屏
营销创新-品牌创始人抖音首播，品效合一效果佳



商品名称
认养一头牛
高钙奶粉

创新点
成分创新- 8倍浓缩，更易吸收；添加菊粉，自然清甜



商品名称
网易有道词典
笔3 智能翻译机

创新点
功能创新-功能升级，极速点查，专业词库扩充



商品名称
广西大金煌
芒果青芒果

创新点
成分创新-「情人果」：果香甜、味香浓、品质正



商品名称
米蓓尔固态
闪释冻干面膜

创新点
技术创新-突破性冻干闪释技术：快速冻干，遇水焕活,保留高活性成分



商品名称
完美日记
丝绒唇釉

创新点
设计创新-奢美红丝绒高定包装
成分创新-double-fitting技术、双倍服帖



商品名称
WonderLab
小蓝瓶益生元益生菌

创新点
场景创新-年轻人养生新趋势，无依赖性解决保健需求
成分创新-明星益生菌配方，改善肠道微生态
设计创新-创新环保PP瓶装，时尚深蓝设计



商品名称
立白洗衣凝珠

创新点
功能创新-新复合功能：除菌抑菌清洁三合一、8倍清洁力
设计创新-多色凝珠美观时尚



商品名称
古井贡酒 六角贡

创新点
设计创新-六角创意、礼表心意，古井贡出品品质保证，自饮、送礼都是很好选择



商品名称
colorkey
珂拉琪小黑镜
系列唇釉

创新点
包装创新-磨砂外壳、透明管体
技术创新-Soft-Touch触感科技，高光泽显色，高保湿柔滑

① 数据来源：抖音电商&巨量算数，2020年度

新品首发就在抖音电商

新品能够为品牌商家抢占行业先机，为提升品牌溢价提供有力支撑，因此新品首发阵地的选择变得格外重要。能够提供新场景和新人群的抖音电商，成为越来越多商家首选的新品爆发阵地。

新品上市首月GMV近 2亿



商家自播与达人推荐 4万单



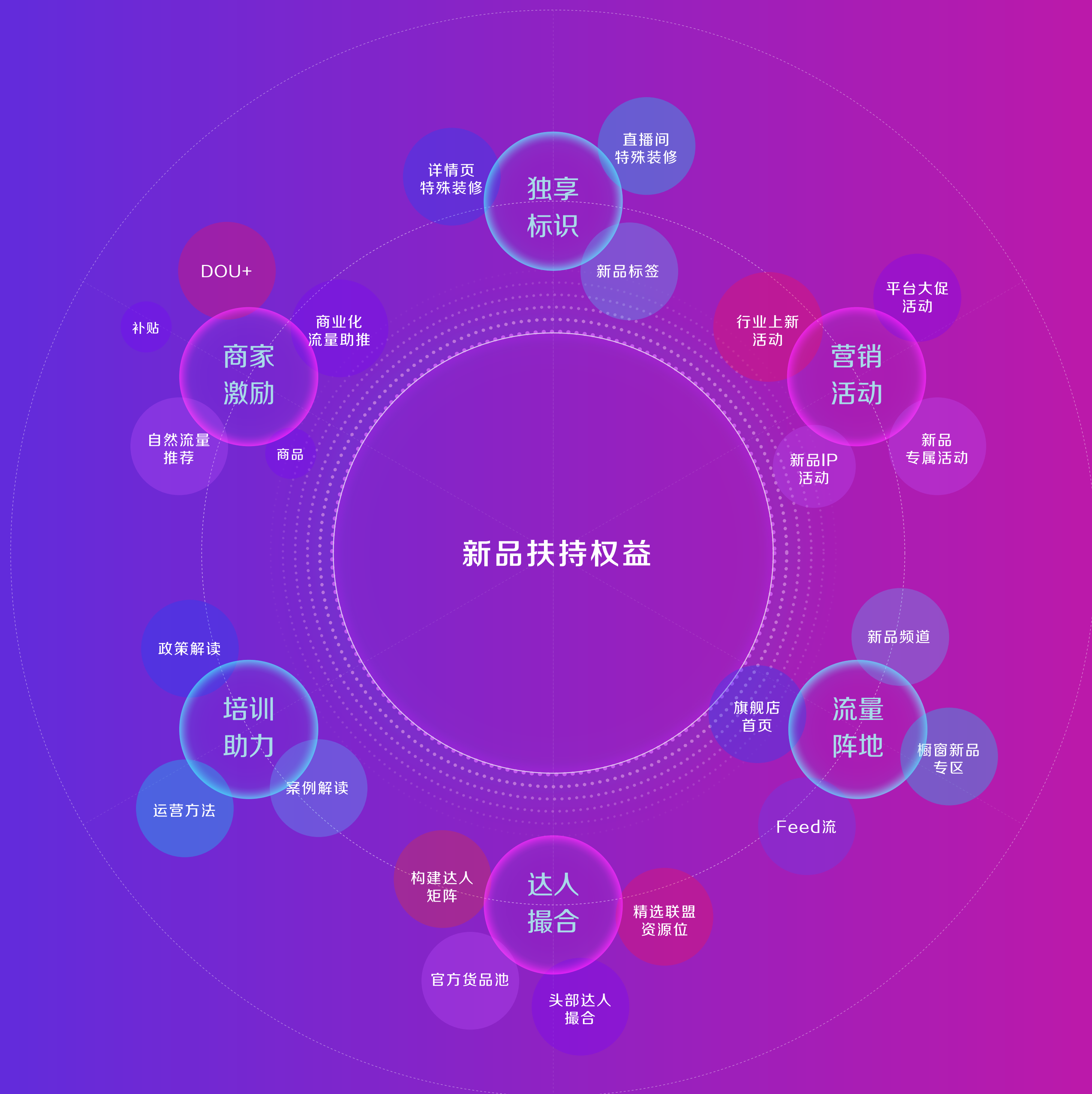
企业家雷军
将抖音作为小米11新品首发渠道

2021年1月，小米11新品选择抖音直播首发，雷军现身抖音直播间。抖音平台聚集着海量90、00后年轻群体，基于平台精准的分发优势，能帮助品牌迅速完成内容裂变，实现不同特征和兴趣圈层用户的精准覆盖。

小米11新品上市首月GMV近2亿，商家自播与达人共同带货4万单，为小米11新品全面引爆形成有利铺垫。



全面资源扶“新”



新品扶持权益
独享标识
详情页特殊装修
直播间特殊装修
新品标签
营销活动
行业上新活动
平台大促活动
新品专属活动
新品IP活动
流量阵地
新品频道
旗舰店首页
橱窗新品专区
Feed流
达人撮合
构建达人矩阵
精选联盟资源位
官方货品池
头部达人撮合
培训助力
政策解读
运营方法
案例解读
商家激励
DOU+
补贴
商业化流量助推
自然流量推荐
商品

商家

04



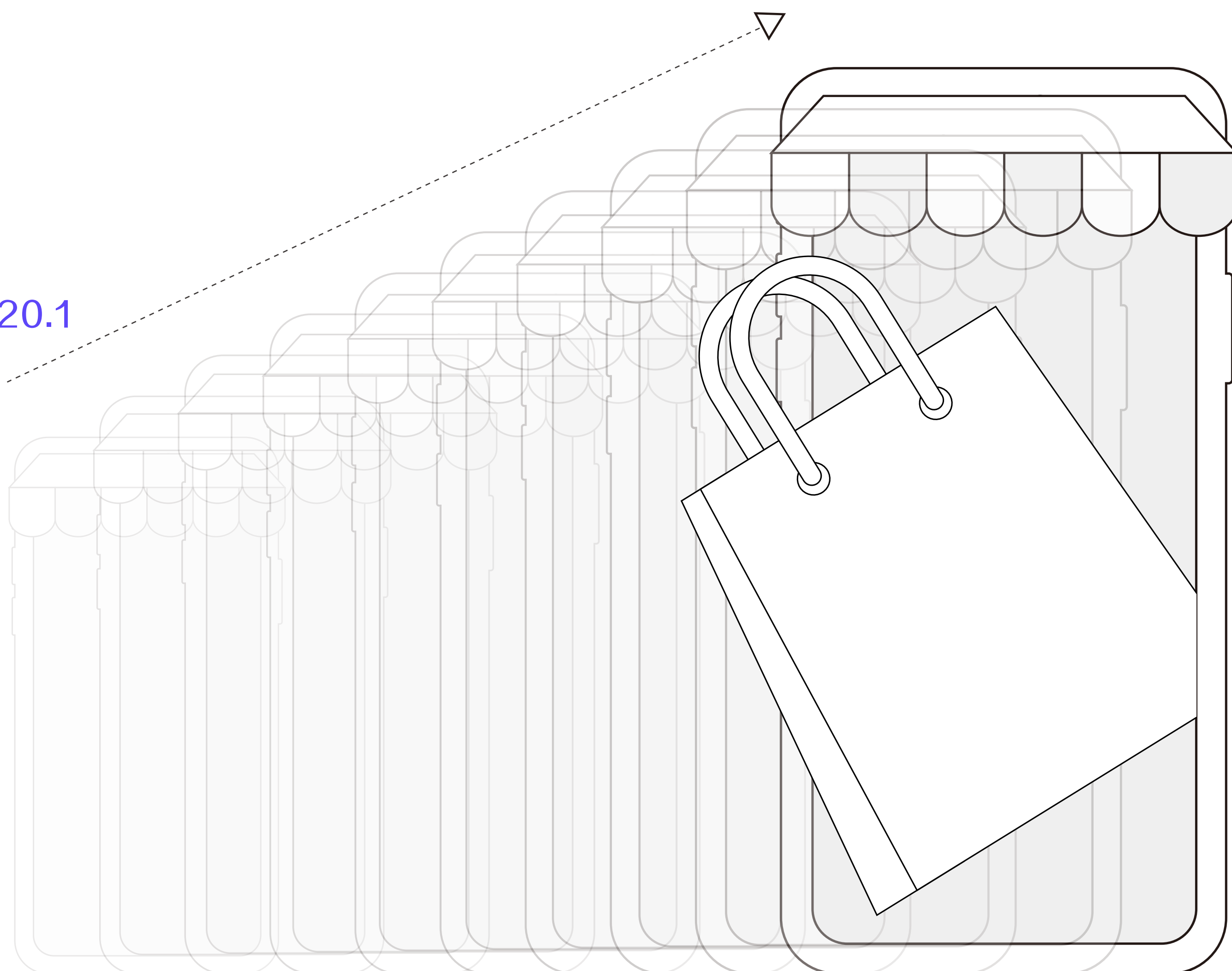
品牌商家抢滩新增量

品牌完善的商品供应链与用户数据沉淀，与抖音的内容、人群、流量优势形成叠加效应，可迅速实现抖音电商生意从0-1的突破，并保持稳定长期的持续经营。

2020年1-11月，抖音电商新增开店商家数量增长17.3倍。已入驻的品牌GMV普遍增长显著。

新增开店商家数量增长

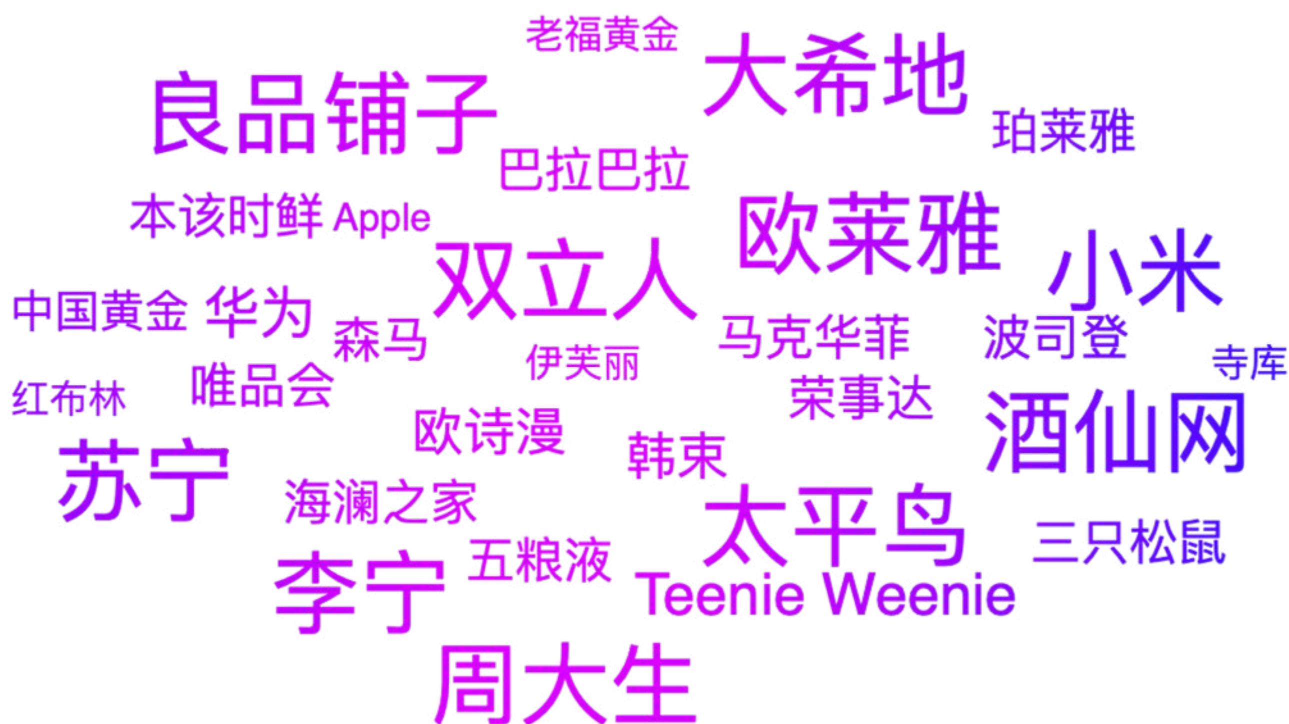
17.3倍



① 数据来源：时间2020年7月-2021年1月

抖音电商正在被越来越多的品牌纳入到电商经营的长期规划中，成为品牌开设新阵地、开拓新人群、收获新增长的生意阵地。

抖音电商典型品牌







广泛投放
打造话题基础

百万粉丝达人
组团预热

宝藏主播
带货宝藏产品

植入场景
短缩决策

百草味商家自播在抖音突破千万销量

传统的零食消费多数是冲动性、即时性消费行为，借助直播的“快车道”，休闲零食品牌能够构建一个更为直观的、互动的消费场景。借助抖音抢新年货节的平台大促契机，百草味品牌精准部署，以官方直播间为核心，传统年味融合时尚包装，构建红红火火春节消费场景，搭配粉丝运营、内容种草、流量助推，精准映射品牌、达人及明星三重粉丝，实现商家自播超千万的成交。

最高单场成交额超千万



单场涨粉 6.8万



波司登已在抖音形成稳定的组合经营模式

服饰市场用户趋于饱和、行业竞争加剧、增长乏力成为品牌普遍面临的困境。波司登2020年8月入驻抖音电商，快速搭建了短视频+直播的体系，借助抖音的年轻消费主力军群体，为品牌获取增长新突破。品牌在2020年12月初即实现了品牌自播单场破千万，单场涨粉6.8万，实现用户积累和转化的双重价值。目前波司登已经形成自播为主，达人辅助的组合经营模式，将来会以更优质的营销内容和专业的直播服务来提升经营效率。







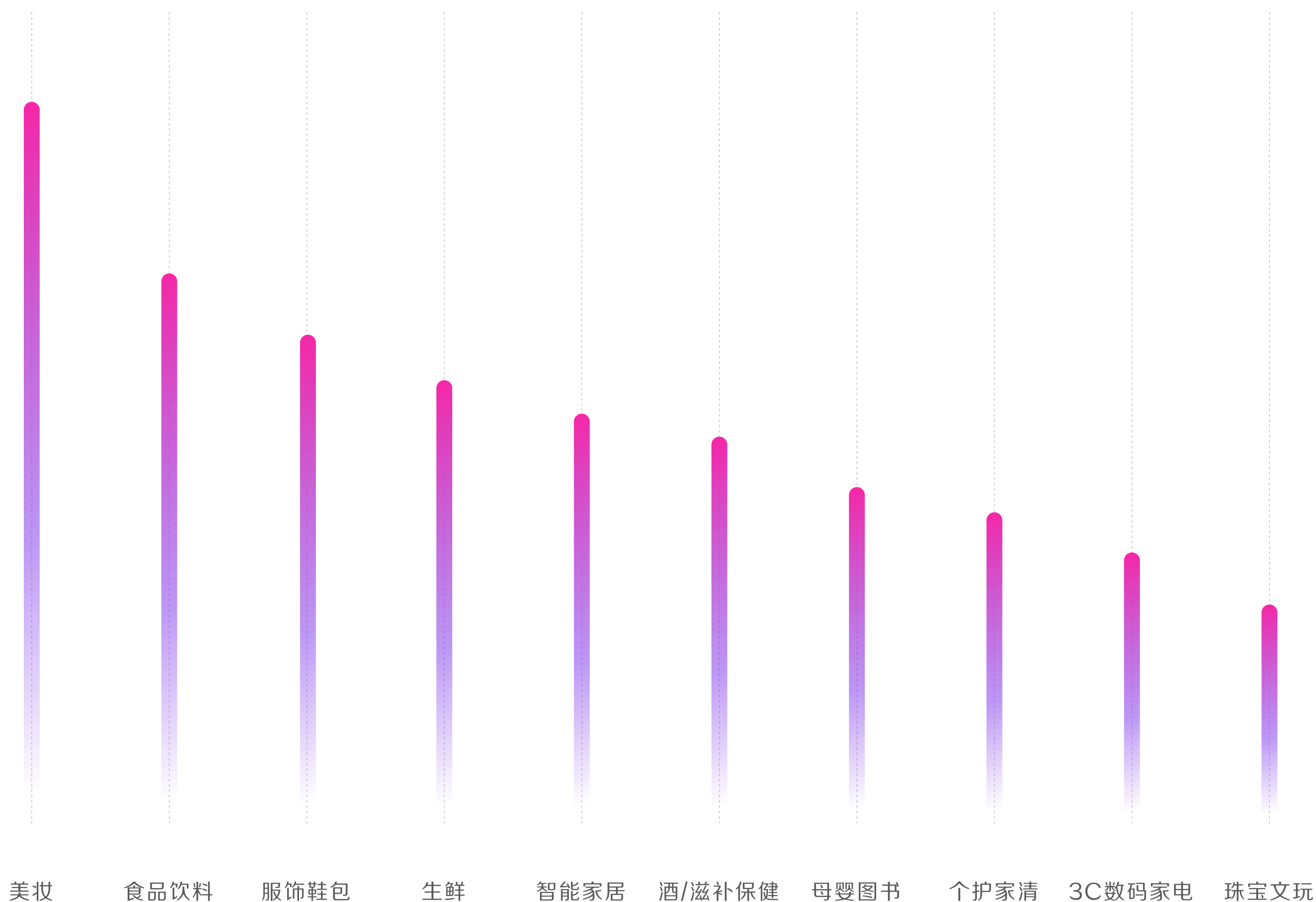


新锐品牌
成长新沃土

在直播+短视频场景下，消费者“触达-种草-转化-沉淀”的心智建设周期被大大缩短。过去的品牌需要经年累月的长期建设，而现在，大量新锐品牌获得了短期爆发式成长的机会。2020年，众多新锐品牌在抖音电商生根发芽，破土而出。通过借助抖音电商这片新沃土，各行业新锐品牌正在高速驶向成长快车道。

2020年各行业新锐品牌纷纷开花

2020年抖音电商TOP100新锐品牌的行业分布



① 数据来源：抖音电商&巨量算数，2020年度

抖音电商2020年度新锐品牌

LOORA PWD
罗 拉 密 码

罗拉密码作为极具代表性的原创设计师品牌，罗拉密码自2020年5月开启直播带货，通过极致化个人IP打造，持续增长，不断破圈，单场最高超6千万，月销售破亿。

Ubras

Ubras作为抖音电商服饰内衣品类第一批破冰商家，经过2场自播尝试，快速实现10场后单场破百万，首月破500万销售额，粉丝数30天突破10万，3月单月目标累计销售额破3000万。

PERFECT DIARY
完 美 日 记

PerfectDiary完美日记作为新锐国货品牌，完美日记在抖音电商一直尝试达人合作与商家自播并行经营，累计结算GMV近9千万，单场最高近700万。

有零有食®
YOULINGYOUSHI

有零有食是一家主打冻干水果的潮流创新零食品牌，以其独特的FD航天冻干技术，与新鲜健康的天然食材，获得年轻人群追捧，倡导更多人开启健康的零食生活。

pwu

PWU作为国货快消品牌，PWU品牌2020年GMV达3000W+，通过品牌自播，KOL/KOC视频与直播合作等方式，在抖音上打造了数个爆品，其中爆款单品留香珠GMV1000W+，累计卖出10W+单，留香珠全网总GMV超1亿。



阮仕作为2020年6月入驻的新锐商家，阮仕引入珠宝定制的理念，结合运营数据研发符合抖音用户的定制款，积极尝试达人带货、自播矩阵、短视频引流等形式，实现单场GMV破1000W。



毕加索与八大设计公司深度合作，43家工厂独家开发，200多家工厂深度供货，入驻抖音三个月迅速打开直播市场，7、8双月销售环比166%，9、10双月业绩环比增长达323%，最高记录单场销售1873万。



本该时鲜作为长期自播的生鲜类商家，本该时鲜坚持每天自播10小时以上，结合在抖音平台的粉丝基础和运营能力，单场最高GMV近80万。

大力智能

大力智能作为首创家教灯品类品牌，大力智能自2020年9月至今，全面探索明星直播/达人带货/店铺自播多种业务形式，目前店铺自播订单量占比超过全店80%，旗舰店GMV破3000W。

妃鱼
FEIYU.LIVE

妃鱼拥有出色的货品供应链体系，与商品整合能力。借助成熟的店群矩阵运营，已实现单月销售GMV稳定过亿。

① 数据来源：抖音电商&巨量算数

直播基地覆盖全国

抖音电商通过建设深入产业的直播基地，已覆盖全国大多数产业带区域，聚集源头商户形成势能，通过品控体系严把好物标准，建立和强化“源头好物”心智。

安化 潘家园 佟二堡
临沂 辛集 威海 罕湖
武功 十堰 连云港 东阳
腾冲 诸暨 赣院
蒲江 南阳 德化 海丰 织里
瑞丽 南宁 汕头 松岗
禹州 宜兴 宋庄
苏州 深圳
番禺 杭州
建阳 海宁 清河 仙游
四会
景德镇 揭阳 堰口
宁波 星达汇 东海
广州 岫岩 昆明 罕洲



产业带爆发新机会

抖音电商为产业带商家带来发展新机会，广泛拓展销路，直面消费者消除中间环节，并提供针对性的经营帮扶，助推传统产业转型。

产业带的飞速成长

大量的源头好货通过抖音电商激发了巨大的消费兴趣，源头好货背后的产业链商家数量和规模增长迅猛。

产业带商家的特色经营

珠宝玉石产业带

珠宝玉石商家通过展示工厂、市场、设计、雕刻等真实场景，创造优质内容促成兴趣消费。目前，抖音电商针对珠宝文玩品类实行定向准售机制，一年来新增产业带商家显著。



举石珠宝

举石珠宝是抖音原生商家，通过短视频分享在瑞丽翡翠市场的日常故事，积累了超过400万粉丝，从2020年3月人驻后，流量稳步上升的同时，日均GMV从十几万提升至200多万。

档口批发—广州大缘女装批发

广州大缘女装批发在广州、东莞多地拥有实体批发档口商铺，2020年8月开始尝试直播带货，2020年全年销售额破亿；2021年货节期间单场单场GMV超过1000万，打造了档口女装单场破千万的新纪录。通过大缘女装在抖音的带货实例，越来越多的档口老板开始关注抖音，开启了自己在抖音电商的经营之路。



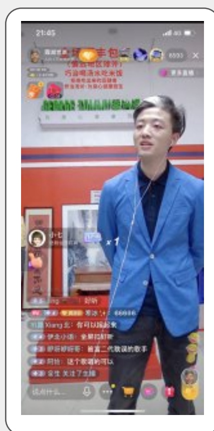
服饰产业带

服饰产业带商家通过直播场景优势，更加立体的展现了“设计-生产-穿搭”的多元场景，深入工厂供应链源头、融入品牌故事、赢取用户信任。抖音电商通过王牌工厂、新锐设计、产业基地等行业特色化孵化模式，帮助服饰产业带商家在抖音电商开拓新生意。

国风原创—浒城古娘

浒城古娘是高性价比国风女装的开拓者，在研发、生产、直播、服务上不断尝试突破，是第一批在抖音电商成长起来的国风服饰商家。在双11服饰节当天GMV破460万，当下每日GMV基本稳定在100万以上。





工厂转型—霞湖世家

1998年成立的霞湖世家位于中山市沙溪镇，工厂已成为中国针织T恤行业的领军企业。2020年10月开始抖音直播带货，董事长亲自参与，大胆启用公司员工以及融入歌手驻场等新玩法，至今粉丝量220W，累积GMV超6000万，售后退货率仅5%，

机构&服务商



MCN机构

MCN机构是抖音电商作者生态的“融合共生者”，是服务和培养平台达人主播的重要合作伙伴，在电商达人引入、服务、管理的过程中发挥着重要作用。

抖音电商MCN机构星光等级体系

依据机构成交额、达人绑定数量等维度，抖音电商对于入驻MCN机构进行了分层的星级评级，并对不同层次的星级机构给予不同程度的权益激励，同时依据机构地域属性分布，对全国MCN机构进行分区域精细运营和服务。2021年，抖音电商计划将完成100家星级合作机构和100家成长快速机构的认证。

*基础门槛：机构信用分≥100分

1星机构 ★

绑定5个以上达人；

2星机构 ★ ★

月联盟GMV≥20万，绑定5个以上达人； ；

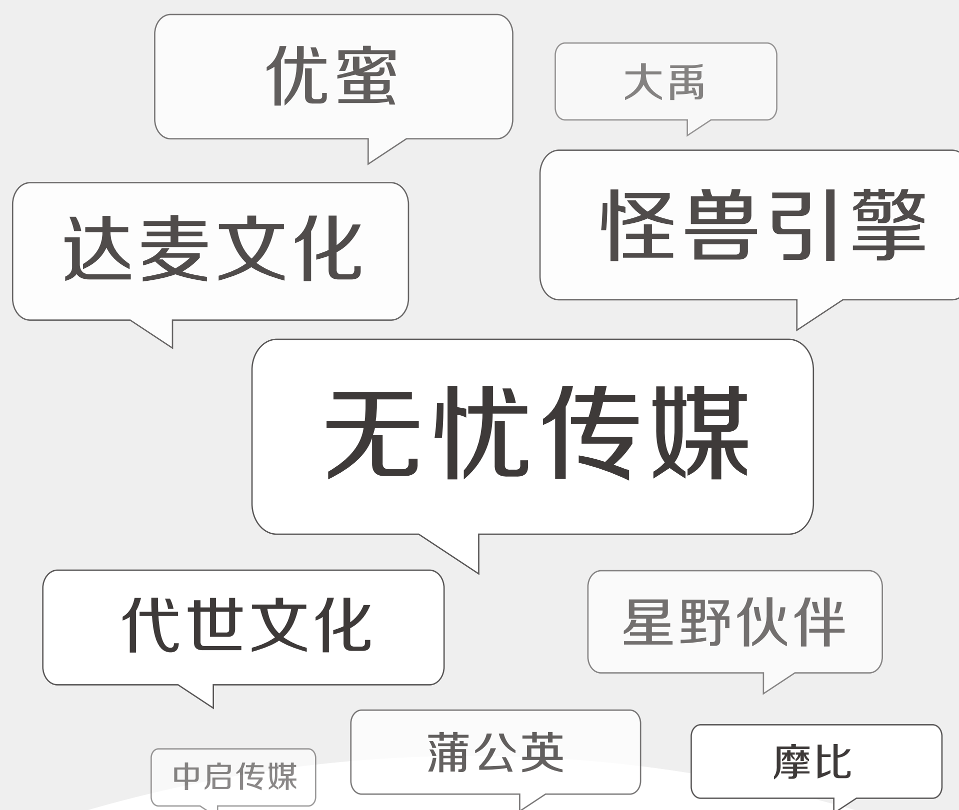
3星机构 ★ ★ ★

月联盟GMV≥100万，旗下L4+等级达人超过2位，绑定5个以上达人；

05

① 数据来源：抖音电商&巨量算数，2020年6月-2021年3月

抖音电商授牌MCN机构



MCN机构典型案例



自入驻抖音以来，优蜜业务呈爆发式增长，旗下top主播懒猫nono年成交超8亿元，新孵化主播沈蓉面部瑜伽和林静优雅仪态月成交近2000万元，并与机构旗下众多新锐主播组成超新星达人矩阵，获得品牌及多方认可。



作为中国最大的MCN机构之一，大禹紧跟电商新平台的突起和电商行业的发展变革，成为老牌短视频MCN成功转型为电商MCN的案例。目前已成功建立赤木、仙姆、颜九、志宣欧尼、钱瘋瘋等多个红人店铺，开启抖音电商达人服务。



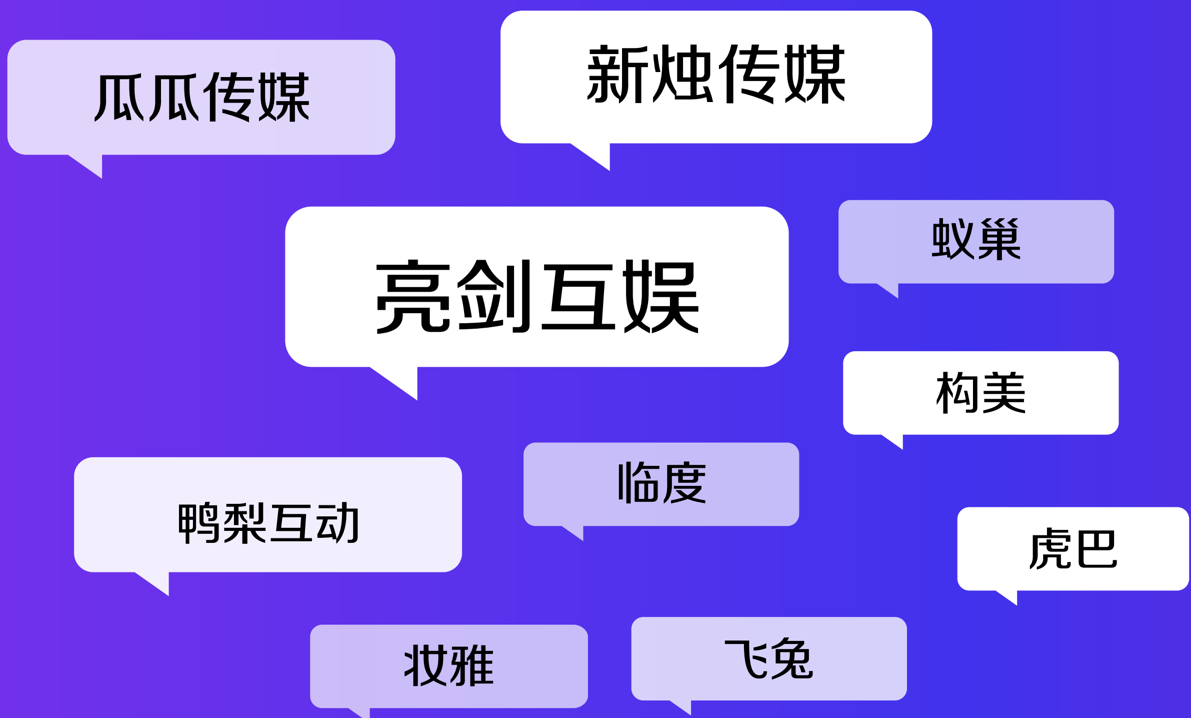
商家服务商

商家服务商全面助力品牌提效

商家服务商提供以内容为核心的抖音电商运营能力，从账号人设打造、短视频&直播内容运营，到达人合作与人货撮合，再到流量获取与投放优化，以及商品管理与售后保障，服务商是商家在抖音电商提升经营效率，获得快速发展的重要助力。



丨抖音电商授牌商家服务商



商家服务商典型案例

新烛传媒

布局直播基地、供应链、品牌代播机构、服务商等直播行业全业态，致力于为商家提供全链路的直播服务。国产女装品牌伊芙丽在新烛的助力下，建立了流量、主播、货品、控场等全方位运营策略。短短40天内，就实现了品牌直播间从零到8000万GMV的突破。

瓜瓜传媒

专注于服务电商企业的新媒体机构，能力和服务涵盖电子商务全价值链，目前拥有以朱瓜瓜为首的数十名专业直播达人矩阵，上百名专业运营人员及几千平自建直播基地，深度合作品牌超100家。，目前主要服务服饰和美妆类目。依靠强大的主播孵化能力，配合专业的流量投放策略，帮助食品品牌良品铺子自播双月营业额超5000万，帮助美妆品牌理肤泉单月自播营业额超1700万。


SECTION3
新生态下的新生意

抖音电商的生意增长新模式



雪球增长逻辑

流量、转化、沉淀是电商经营的基本三要素，在抖音电商中，随着用户规模和交易数据的持续积累，使转化、沉淀对流量获取进行持续校准和放大，让店铺不断进入“增长循环”，从而实现店铺生意滚雪球式的快速增长。



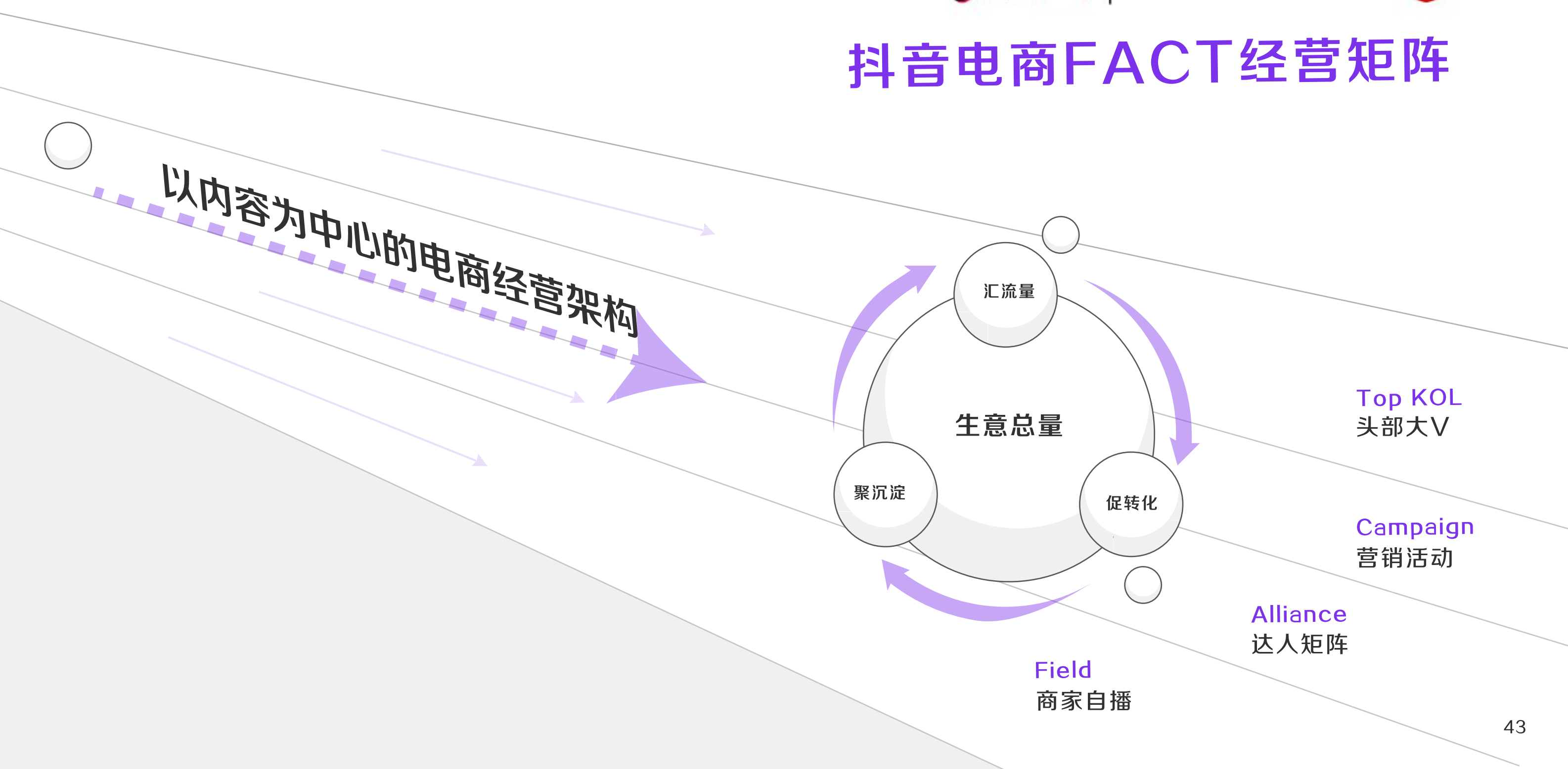
四大经营赛道

通过对众多抖音商家经营模式的调研与分析，我们总结出四大经营矩阵，它们分别对应不同的生意目标和经营场景，商家可以结合自身增长需求，布局四大经营阵地，达成长期高效的生意增长。



经营能力升级

以内容激发消费者对商品的消费兴趣是抖音电商的核心价值，建设以内容为中心的电商经营能力和团队结构，会大大提升商家在抖音电商的运营效率和生意增长速度。



Field:
商家自播

02

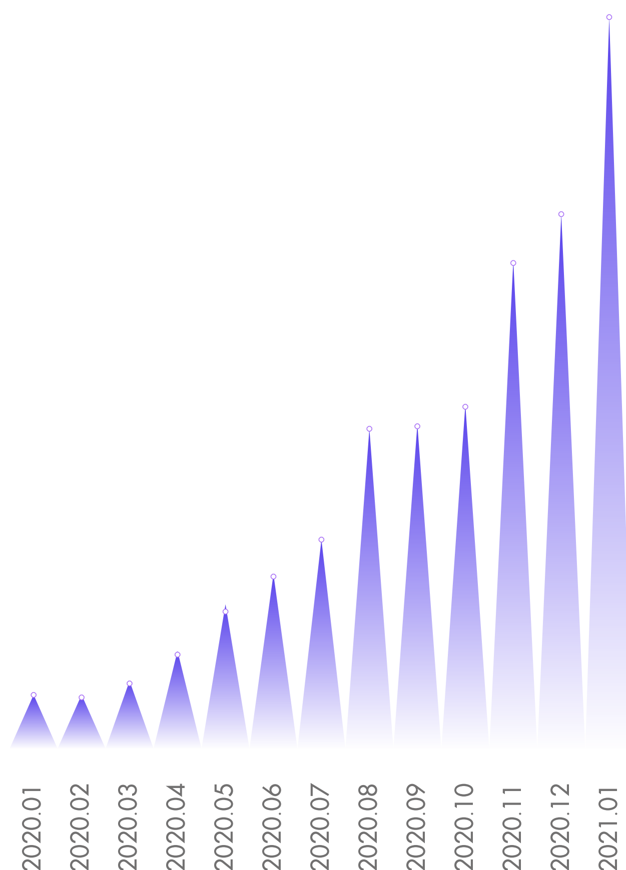


商家自播是日销经营的基本盘

- 商家在经营抖音电商生意时，运营好商家自身的经营阵地是基础。
- 在商家自播中，商家对于品牌形象、货品选择、优惠力度、直播话术等关键运营节点拥有很强的把控力。此外，通过长时间的积累，商家自播的产出稳定，运营成本相对可控。
- 同时，商家自播还有助于与用户建立长期关系，实现人群的持续积累。



自播飞速增长成为商家生意增长的重要力量



① 数据来源：抖音电商&巨量算数



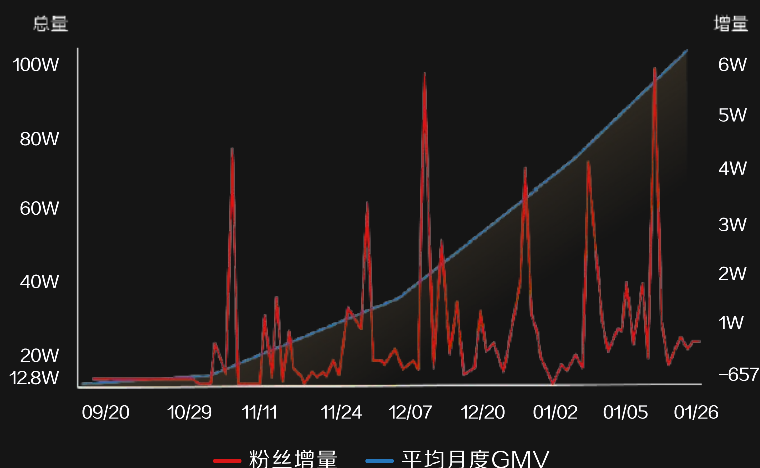
太平鸟长效自播经营
持续突破生意新可能

从2020年9月至1月底，太平鸟服饰完成了品牌自播月度GMV平均增速78%的销售业绩：2020年10月太平鸟女装品牌自播接近单场500万GMV开始，品牌自播GMV层层递增，更在年货节期间打破服饰自播纪录，突破2800万GMV。

3224万
三大直播矩阵成交额

2828万
太平鸟女装自播单场成交

在GMV正向驱动的前提下，品牌对于平台级活动的参与积极性越来越高，也愿意配合活动投入更多的流量资源、针对不同活动配置不同的优价好货，使得平台活动和品牌自播之间形成良性循环。







薇诺娜自播冷启动，20天达成单场千万GMV佳绩

2020年12月，薇诺娜通过外部流量引入、持续内容种草、达人引流、商业流量投放等方式，快速积累精准粉丝18.7万，直播间销售额从不到10万快速爬升，迅速完成官方账号自播冷启动。

抖音抢新年货节期间，薇诺娜邀请多位与品牌调性、用户画像匹配的腰部达人来到品牌直播间，24小时不间断接力直播。当天活动中，来自预热期和当天新增粉丝贡献的GMV占比达到63%。单场总成交额达到1281万，打破当时美妆行业自播最高成交记录。

1281万

年货节期间薇诺娜最高单场GMV

品牌外域流量导入
积累看播精准粉丝





持续预热内容种草
圈粉定向用户

配合精准流量投放
迅速积累靶向用户





建立品牌达人矩阵
引导达人粉丝关注

Alliance
达人矩阵

03



达人矩阵是生意增长的放大器

许多商家与众多达人建立了紧密的联盟合作关系，商家生意随着达人能力和数量的增加而快速成长。借助达人资源，商家可以更快的入场，快速建立品牌在抖音的知名度和销售业绩。同时一定规模的达人矩阵可以扩大流量稳定供给，各具特色的达人形象可以深度拓展消费人群。而可持续的紧密合作又保障了撮合效率与佣金成本的长期稳定，是放大生意增长的最佳助力。



海量撮合：抖link + 精选联盟

抖Link：聚合生态伙伴实现高效撮合

抖Link是抖音电商打造的人货撮合活动IP，意在通过选品会的形式，打破人找货、货找人的时间和空间壁垒，高效促成人货撮合，为达人和商家在抖音电商快速成长和长期发展夯实基础，形成连接抖音电商创作者、MCN机构和商家合作的桥梁。

2021年，抖音电商计划在上海、广州、杭州、成都等全国一线、新一线和二线城市举办60-100场抖link选品会，覆盖食品、服饰、3C等行业，为超过6000家品牌、3000家机构、10000位达人，建立高频次人货撮合的线下交流新场景。



抖Link往期活动历程

2020.9.20	杭州	服饰/美妆/珠宝
2020.10.18	北京	全品类
2020.11.2	北京	图书/母婴/珠宝
2020.12.23	广州	全品类
2021.1.14	线上	宠物专场
2021.1.18	线上	生鲜

精选联盟
商家和达人的线上撮合阵地

精选联盟是抖音电商为商家、创作者搭建的人货撮合平台，通过精选好货、优培达人，高效连接供需两端，为不同营销场景提供各类撮合服务。

精选联盟的核心优势 全面提升撮合效率

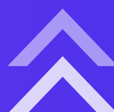
智能推荐

掌柜参谋
智能搜索与推荐



撮合运营

IP活动：联盟带货王、潜力训练营
专题频道：9.9秒杀、品质大牌等

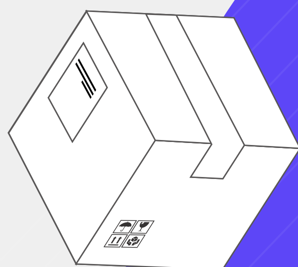


官方把控

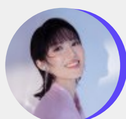
官方货品池
严格品质把控

1 数据来源：抖音电商&巨量算数，2021.3

业绩。



服务达人选品



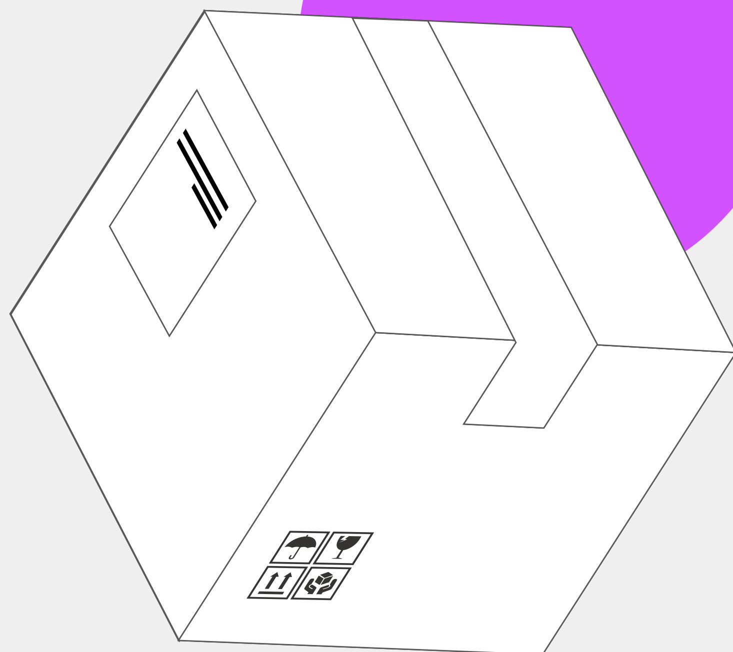
达人
大野蜜探 · 背锅侠

精选联盟作为达人大野蜜探 · 背锅侠的首选选货平台，每周有3-4天固定访问挑选商品，通过精选联盟，成功合作商家180余家、售卖商品300余个，累计销售额近3,000万。

助力商家动销

商家——林家铺子

2021年至今，林家铺子已通过精选联盟与近4万名达人产生撮合，超过5,000名达人带货并产生了动销，创造近3,000万销售额的业绩。





蚂蚁雄兵：
星云计划+达人基地

星云计划

抖音电商为商家招募专属带货伙伴的达人培养项目，左手牵线商家、右手培养达人，旨在帮助商家建立稳定、长期、海量的商家专属带货达人矩阵。

星云计划发起美好星主播招募大赛，通过规模化扩充、高效匹配、定制化培养、持续运营的方式，上线后已经服务GXG，海澜之家，MakeUpForever，百雀羚等20+品牌，向品牌输送优质带货达人近百位。



达人基地

达人基地拥有健全的物理空间和直播环境，成熟的运营团队和操盘经验，可为达人提供一站式管家服务。抖音电商达人基地，可以为品牌商家在抖音长线耕耘提供稳定、优质的达人供应，解决品牌日动销的难题。

2021年，抖音电商全年规划多家线下达人直播基地，覆盖北京、上海、广州、杭州、成都、重庆等地，在基地内引入优质达人和优质品牌，实现高效撮合。



构美直播基地

创立以来，累计孵化主播达人 2000 余位，为 1000 余个品牌提供营销策划服务，客户包括兰蔻、MAC、百雀羚等国内外知名品牌。与波司登合作，经过 3 个月运营，帮助在抖音电商成交额超 1 亿。



够选直播基地

2020年5月入驻抖音，现已成长为抖音TOP机构之一，成功孵化抖音女装主播懒猫nono，单月GMV超过1亿元。目前机构在抖音有全约主播14名，月最高GMV超过3亿元。

Campaign：营销活动

04

营销活动是规模销量的爆发场

电商大促、营销IP、行业活动等一系列营销Campaign，赋予了抖音电商节日化、主题化的营销能力，为用户不断创造在抖音上消费的理由和心智，并借助规模化的流量聚集效应，在短时间内引爆高成单的集中交易，是商家借助平台资源快速成长的重要方式。



平台大促：规模流量 集中引爆

商家借势抖音电商平台大促节点，结合新品上市、活动大促、品牌活动以及热点营销等营销场景，实现立体式规模爆发。抖音电商在过去半年已举办三次大促，助力达人、商家实现GMV爆发。

抖音奇妙好物节	抖音宠粉节	抖音抢新年货节
8.11-8.18	10.25-11.11	1.4-1.20
80亿	187亿	208亿



首个电商大促
抖音奇妙好物节

“抖音奇妙好物节”作为平台首个购物节IP，集海量资源、全明星、多品牌、多品类集中造势，在8天时间里获得超100亿次的直播观看量，总成交额突破80亿元。上千位达人主播参与进来，收获带货新突破。

主播打榜赛

直播间优惠券

头部品牌专区



- 6大明星直播间+3大品牌直播间
- 千位精选购物官
- 苏宁易购开播5场，累计成交金额7.2亿
- 小米10周年，雷军带货首秀，全场热销2.1亿
- 杰克琼斯*岳老板直播间成交4400万
- 良品铺子*朱瓜瓜专场直播销售额破2000万
- 玫珂菲*韩国媳妇大璐璐专场带货销售1000万

总成交金额

80亿



主播和粉丝的节日
抖音11.11宠粉节

抖音11.11宠粉节成绩再攀新高，总成交金额破187亿元，总看播量破126亿人次，通过"超级直播间"超级品类大狂欢""超级秒杀日"等超级玩法，同时叠加跨店满减、粉丝券等宠粉玩法，打造真福利的电商回馈节，为商家和消费者共同带来一场内容丰富、玩法新颖、超值钜惠的11.11。

- 累计看播用户量
  126亿
- 单场同时在线看播用户
  428万
- 直播总时长
  2700万小时
- 成交破千万直播间
  100+
- 成交破百万直播间
  1383个



抖音11.11宠粉节
2020.10.25-2020.11.11

总成交金额
187亿

总播放量破
126亿

5大
宠粉玩法

千亿
宠粉推荐

定向
流量加持



新品推荐
抖音抢新年货节

抖音抢新年货节带领众多商家提前进入年货售卖节奏，提前激活年货消费势能。不仅迎来成交额上的新突破,更解锁了直播带货新模式,为众多品牌商家带来成熟的、可借鉴的直播带货方法论,帮助更多商家找到自己的生意路径。

抖音抢新年货节
2021.1.4-2021.1.20

总成交金额
208亿

破亿直播间
7个

新品
推荐官

双端
联动

主题
年货

平台
流量扶持

商家自播总时长
1260万小时

LG生活健康×广东夫妇单场成交额
3亿

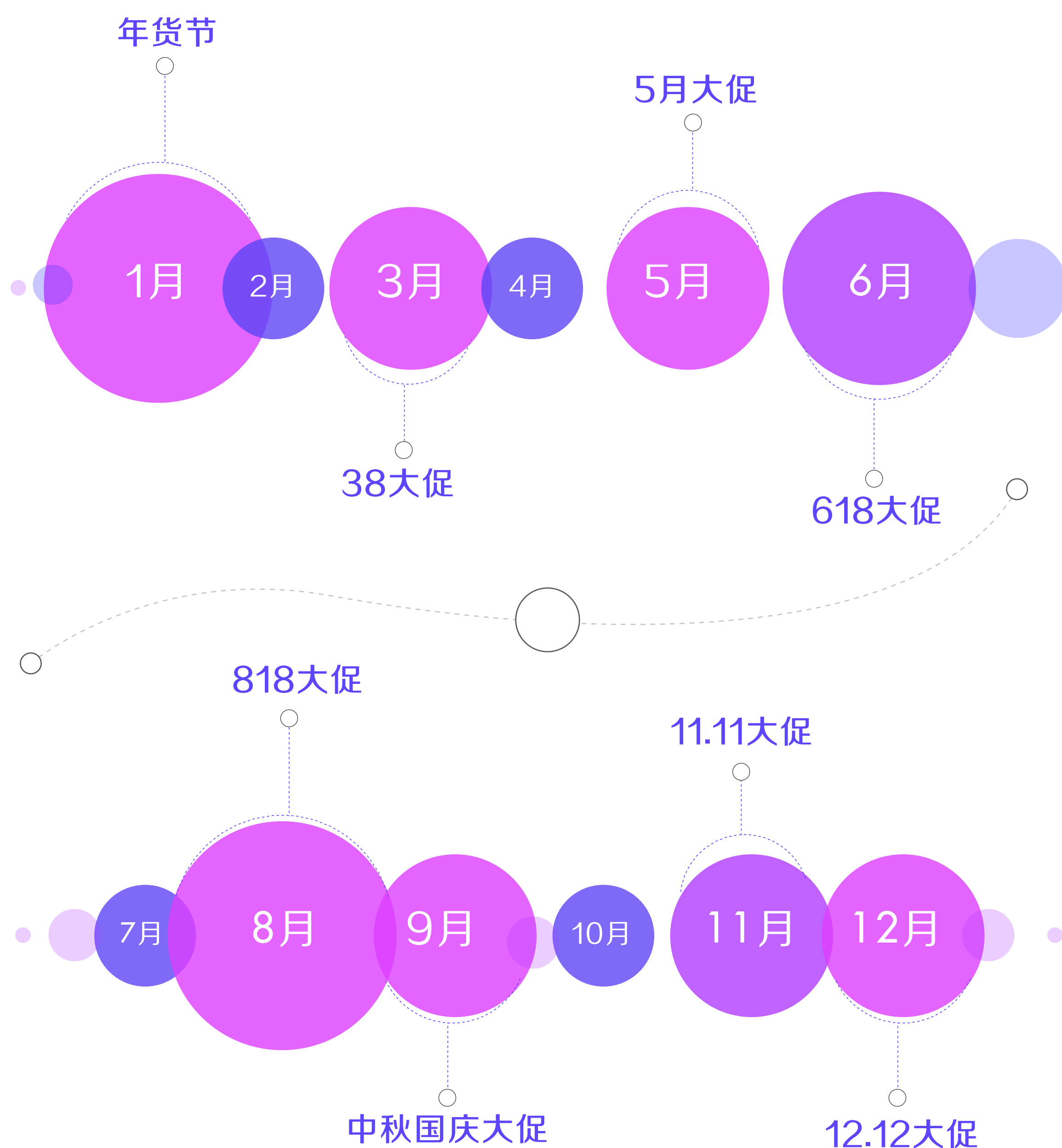
上海新世界大丸百货×马帅
创造美妆商场专柜直播记录

百草味官方直播间成交额
1008万

太平鸟品牌转场成交额
3224万



抖音电商全年营销大促图谱





营销IP：精准发力 品效合一

除了传统大促节点外，抖音电商结合自身的流量阵地、达人生态和内容特性搭建营销IP矩阵，为商家创造从“种草到拔草”的GMV增长全链路，持续对优价好物进行精准化营销，帮助用户发现好物，为用户提供优质和精准的消费种草新体验。

此外，抖音电商还以"新"的心智，以人群、商品、场景等方向出发塑造多个IP，旨在为行业头部品牌及消费趋势下的新品、新锐品牌提供基于抖音站内、辐射全网的营销新选择。

抖音电商
S级营销IP



抖音新锐发布

新锐品牌联手抖音共同发布新消费、新趋势、新生活理念，塑造“新趋势潮品”在抖音的消费者认知。



抖音开新日

爆款新品联手抖音电商共同启动“首发仪式”，塑造“大牌新品首发在抖音”的消费者认知。



抖音超品日

抖音超品日

行业头部品牌联手抖音电商，共同打造品牌专属big day，塑造“国民品牌在抖音”的消费认知。

Tennie Wennie
选择在抖音超品日首发新品

在Tennie Wennie「抖音超品日」活动期间，品牌结合自身的受众定位，选择以“JK”、“青春记忆”，作为本次品牌营销的重要“爆发点”，将平台的内容优势和产品特征做了很好的匹配，吸引目标受众产生对产品的兴趣。同时也让受众对品牌产生强记忆的同时，通过内容直播带货、人货高效匹配，完成产品的购买动作，让品牌收获声量和销量的双赢。

超品日当天，Tennie Wennie商家自播单场成交额达3400万，抖音账号实现10万+粉丝拉新，青春校园风系列新品销售额突破800万，新品售罄率高达90%。

单场成交额 3400万

青春校园风系列新品销售额 800万

新品售罄率 90%

粉丝拉新 10万+









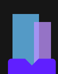
广告

HUAWEI Mate X2 直播秀

智慧焕新 大展想象

3月18日 16:00锁定直播间





抖音开新日 HUAWEI Mate X2直播秀

3月18日，抖音电商联手华为终端开启华为抖音开新日。品牌首次尝试场景化直播模式，以智慧生态展示将新品效益辐射到华为终端其他系产品线，将单品上新升级为“华为全场景智慧生态”上新大事件。当天稀缺新品Mate X2和首发新品Mate 40E开售秒罄，8小时直播全网曝光2.5亿+，抖音站内华为搜索热词霸屏，下单用户中品牌新客占比达到90%。

此外，抖音电商还以"新"的心智，以人群、商品（货）、场景为三大方向塑造多个IP，旨在为行业头部品牌及消费趋势下的新品、新锐品牌提供基于抖音站内、辐射全网的营销新选择。



行业活动：深耕行业 多点爆发

针对不同行业特色和场景，充分挖掘行业活动玩法，利用流量激励、共同宣发等活动资源，为各行业品牌、商家以及垂类达人带来生意新机会。通过场景化、IP化的主题，助力行业培养消费者购物心智。活动玩法和主题的不断迭代，探索行业活动的新模式，实现多方共赢。



行业活动案例：

【服饰行业案例】DOU是大牌

“DOU是大牌”致力于帮助品牌进行成长期的运营和爆发，通过每日一大牌的形式，借助直播间扶持和内容营销种草，不断培养消费者抖音服饰都是大牌的心智。2021年春节期间，“DOU是大牌-春节不打烊”活动持续15天，通过自播与达人带货的方式进行年货销售，培养用户春节购物心智。



助力品牌新号冷启动：
Lily开播不到1个月，单场GMV突破400万；

助力品牌官号破销量：
TeenieWeenie单场突破700w，累计销售额7000W；



【服饰行业案例】DOU创设计师

原创设计是抖音服饰的一条特色赛道，为了帮助原创设计品牌提升品牌知名度和销量，2021年3月，DOU创设计师推出“3月中国设计师原创月”活动，联手中国国际时装周打造“抖风尚服饰大赏”活动。

【美妆行业案例】春夏焕颜季

结合美妆上新的高频季，联动行业头部达人、国际国内知名品牌，通过流量扶持、明星带货，会场吸睛，货品让利，大牌联动，主播打榜，话题增粉等多样化形式，撮合美妆大牌专场、混场，对美妆大牌新品好物进行春夏焕新盘点，打造春季美妆“新+星”的用户心智，助力行业GMV增量。



Top KOL：头部大V

05



头部大V是品效双赢的宣发地

过往的一系列成功案例证明，品牌与明星以及头部达人等Top-KOL的合作，可以帮助品牌实现品宣和销量的“双引爆”。明星和头部达人，借助他们强大的粉丝影响力和人设背书，制造热点营销事件，帮助品牌迅速破圈，一举达成“品销双赢”。



苏宁易购&罗永浩，品牌首秀开创新纪录

2020年8月7日，罗永浩直播间迎来苏宁易购专场。此次直播，罗永浩共带货29款商品，涉及美妆、数码、3C和食品，单场成交额突破2亿，开播90分钟即破1.5亿，一举刷新4月1日他在抖音首秀时的带货纪录。作为苏宁易购在抖音电商的首场直播，通过“超级主播”罗永浩的影响力，帮助苏宁易购成功迈出了抖音电商生意的第一步。

LG生活健康Whoo品牌&大狼狗夫妇，联手打造爆品奇迹

2021年1月8日，抖音抢新年货节迎来首场抖in超级品牌日，广东夫妇（大狼狗郑建鹏&言真夫妇）与LG合作开启LG生活健康超级品牌专场，开播4分钟直播间在线人数突破20万，开播3小时GMV突破1亿，直播期间总GMV首次超过3亿。同时，LG王牌产品天气丹七件套GMV达成2.89亿的销售业绩，创造当时抖音直播间单场成交和单品成交历史双记录。



品牌&头部达人合作案例





没有难卖的优价好物

让美好生活触手可及

声 明 STATEMENT

本报告由【抖音电商】与【巨量算数】联合制作。

报告中文字、数据等内容受中国知识产权相关法律法规保护。除报告中引用的第三方数据及其他公开信息，报告所有权归巨量引擎所有。

【巨量算数】与【抖音电商】对报告中所引用的第三方数据及其他公开信息不承担任何责任或义务。在任何情况下，本报告仅供读者参考。

如果您对报告中的内容存在异议，可通过addata@bytedance.com联系我们。

【巨量算数】是巨量引擎旗下内容消费趋势洞察品牌。以今日头条、抖音、西瓜视频等内容消费场景为依托并承接巨量引擎先进的数据与技术优势，坚持客观严谨的理念，输出内容趋势、产业研究、广告策略等前沿的洞察与观点，同时，开放算数指数、算数榜单数据分析工具，满足企业、营销从业者、创作者等数据洞察需求。

【抖音电商】致力于成为用户发现并获得优价好物的首选平台。众多抖音创作者通过短视频/直播等丰富的内容形式，给用户提供更个性化、更生动、更高效的消费体验。同时，抖音电商积极引入优质合作伙伴，为商家变现提供多元的选择。

未经允许，不得对报告进行加工和改造。欢迎转载或引用。如有转载或引用，请及时与我们联系，并注明出处【巨量算数】与【抖音电商】。

邮箱：addata@bytedance.com
地址：北京市海淀区花园东路19号中兴大厦



抖音电商官网



巨量算数官网